

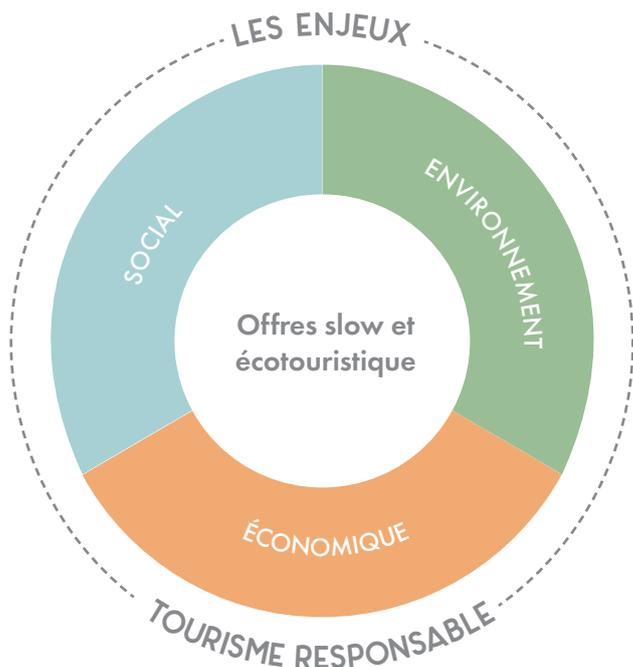


© T. Verpeut

LES 15 ENJEUX

DU TOURISME RESPONSABLE EN VAUCLUSE

Le tourisme responsable en Vaucluse tient compte de ses impacts environnementaux, économiques et sociaux dans son développement actuel et futur ; tout en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels et des habitants. Voici les enjeux pour notre territoire.



- 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 les habitants, les professionnels et les territoires dans le développement du tourisme
- Favoriser l'accès au tourisme pour tous
- Sensibiliser, former, accompagner les professionnels

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

1. RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE DU TOURISME

En 2021, le secteur touristique était responsable de **11%** des émissions de l'inventaire national de Gaz à effet de serre.

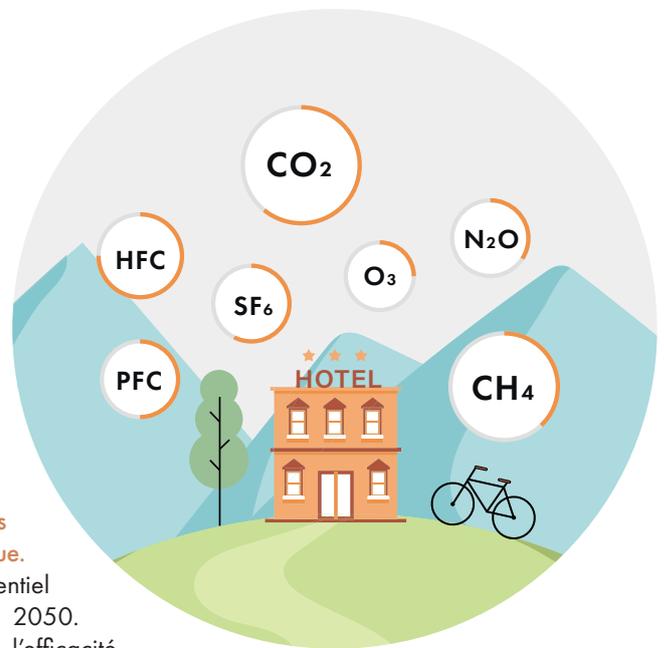
Comme le tourisme représente **7,4%** du PIB, son intensité carbone est donc plus importante que d'autres secteurs.

source : premier bilan carbone du Tourisme en France 2021 - ADEME

À l'échelle nationale, le tourisme a un fort impact environnemental. Il est un **contributeur important aux émissions de GES qui accélèrent les effets du dérèglement climatique.**

Aussi, le secteur du tourisme et ses professionnels ont un rôle essentiel à jouer afin d'atteindre la neutralité carbone attendue en 2050. Il s'agit donc d'un enjeu premier qui est de favoriser la sobriété et l'efficacité énergétiques et de diminuer l'intensité carbone des structures touristiques

De plus, comme l'a montré douloureusement l'année 2022, **le tourisme est lui-même directement impacté par ce dérèglement.** En témoignent les incendies, les canicules, les tempêtes qui impactent les territoires, les déplacements des visiteurs et a conséquence direct sur les modèles économiques en place. Le secteur a donc un double intérêt à se mobiliser, et c'est ce qu'il semble faire.



2. ENCOURAGER LES MOBILITÉS DOUCES



Les **3/4** de l'empreinte carbone du tourisme sont dus au transport pour se rendre sur le lieu de vacances.

La mobilité des touristes représente **77%** des émissions de GES (ADEME 2021) dans les séjours.

Dans une démarche de tourisme durable, il est par conséquent indispensable de développer et favoriser en même temps, l'aide à la préparation du séjour par :

- L'utilisation des transports en commun (trains, autobus, autocars, desserte de sites touristiques)
- La combinaison de plusieurs mobilités (train + vélo par exemple)
- La pratique des mobilités douces lors du séjour pour se déplacer et comme activité
- Le covoiturage facilité et l'installation de navettes pour les sites très fréquentés ou en tension à certaines dates

Historiquement, le Vaucluse s'est tourné vers le développement du tourisme à vélo à travers la mise en place de pistes cyclables en lien avec le déploiement du label Accueil vélo et le réseau de la Provence à vélo. Celui de la randonnée pédestre a aussi été renforcé par un plan d'actions départemental via la structuration des itinéraires (création de nouveaux itinéraires en zones blanches, valorisation, itinérance et services annexes, etc.) et la labellisation Compagnon de Route des professionnels. Ces deux types de pratique encouragent la mobilité douce, avec l'appui de parcours au départ des gares et la valorisation des transports collectifs.



3. PRIORISER LES CLIENTÈLES CIBLES

---> **Concernant les clientèles cibles et leurs déplacements**, on note que l'intensité carbone du tourisme réceptif (touristes venant de l'étranger) est 7 fois plus élevée que celle du tourisme domestique (visiteurs venant de France métropolitaine). Le transport aérien représente 40% du total.

---> **Concernant le profil et les centres d'intérêts**, le Vaucluse en tant que destination durable priorise désormais ses actions à destination des clientèles :

- Manifestant une reconnexion à la nature, en recherche de développement personnel et partage d'expérience
- Pratiquant des activités de plein-air et des mobilités douces : vélo, rando, équestre, trail, pêche
- Épicuriennes, aimant les produits du terroir
- En capacité de séjourner aussi en dehors des périodes scolaires



---> **Concernant l'origine des clientèles**, le Vaucluse en tant que destination durable cible prioritairement :

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

→ À moins de 1h heure de route.

→ À moins de 3h de train (île de France, bassin lyonnais, ...)

Ainsi que les excursionnistes pour lesquels il s'agira de générer des nuitées.

- Les marchés européens :

→ L'Allemagne et la Suisse, dont l'accès peut se faire en train et dont les séjours se répartissent sur les 4 saisons.

→ La Belgique et les Pays-Bas dont l'accès peut se faire en train avec un travail renforcé pour désaisonnaliser leurs séjours.

- Les marchés lointains :

→ Les Etats-Unis, qui représentent la 1ère clientèle étrangère dans l'hôtellerie. Ce marché mature en Vaucluse a un impact économique important notamment dans l'hôtellerie. Côté stratégie, l'allongement de la durée de séjour de cette clientèle sera un levier de la diminution de son empreinte carbone.

QUELLE PROMESSE POUR CES CLIENTÈLES ?

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*

4. MAÎTRISER ET ÉCONOMISER LA RESSOURCE EN EAU, NOTAMMENT EN ÉTÉ

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

La consommation d'eau liée à la fréquentation touristique représente l'un des enjeux majeurs des territoires français et plus encore du Vaucluse en raison des épisodes de sécheresse qui s'intensifient.

Au-delà des restrictions soumises par les arrêtés préfectoraux sécheresse, notamment en Vaucluse, l'anticipation est de mise pour réduire et maîtriser les consommations d'eau. Ainsi, les professionnels sont sensibilisés aux éco-gestes et un accompagnement leur est proposé afin de faire évoluer leurs pratiques et leurs équipements. De la même façon, les visiteurs sont à sensibiliser grâce à des messages adaptés (Kit de communication ADEME, charte du voyageur responsable VPA 2024 ; kit éco-gestes VPA 2025).

Enfin, un arrosage raisonné et quelques astuces telles que : préserver l'humidité en apprenant comment procéder, choisir des plantes adaptées au climat vauclusien (plutôt endémiques, résistantes à la sécheresse) sont des réflexes et des pratiques à adopter pour les extérieurs.

5 MAÎTRISER LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE, FAVORISER LA SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE

40% de la consommation d'énergie et **36%** des émissions de gaz à effet de serre au sein de l'Union européenne sont aujourd'hui générés par les bâtiments.

Rénover afin d'isoler du chaud et du froid est un enjeu majeur pour le secteur. Dans ce cadre, le CAUE de Vaucluse est un partenaire incontournable du plan de transition.

Les besoins énergétiques ne cessent de croître. Même si, en France, l'électricité provient majoritairement d'une source décarbonée, il convient de faire preuve de plus de sobriété en matière de consommation énergétique et de garder cet état d'esprit pour l'ensemble des consommations. En effet, ces dernières explosent bien souvent en vacances, par manque d'attention ou d'insouciance provisoire...

6. MAÎTRISER LA PRODUCTION DE DÉCHETS

27% de plus que la moyenne nationale, c'est la quantité de déchets générés par habitant dans les territoires à forte densité touristique

source : ministère de la Transition écologique 2017

Les activités touristiques sont très productives de déchets en France avec

4,8 millions de tonnes par an

source : Zéro Waste France 2016



Réduire, réutiliser et recycler sont les écogestes qui permettent en amont de limiter la production des déchets.

Il s'agit de **mieux consommer** et faire consommer nos visiteurs, en gardant en tête que tout ce que nous consommons se transforme un jour en déchet. Pour cela, il convient de choisir des produits comportant moins de matériaux inutiles (comme les emballages) ou nocifs pour l'environnement (comme les pesticides) contre davantage de matériaux durables, mieux conçus et plus facilement réparables.

Il s'agit de **jeter moins** en compostant et en réparant. Et de **jeter bien** en triant suivant les filières spécialisées.



7. PRÉSERVER LA BIODIVERSITÉ ET LES RESSOURCES NATURELLES

80% du territoire vaclusien se situent en espace protégé avec des dispositifs et des suivis par espèce.

26% des espèces en 2018 étaient menacées en France.

Par les flux qu'il génère, le tourisme participe à la dégradation de la biodiversité et des ressources naturelles.

Ainsi, en lien étroit avec les Parcs naturels régionaux du Luberon et du Mont-Ventoux, les Espaces naturels sensibles, le Département de Vaucluse, l'Office National des Forêts... L'idée est de protéger, sensibiliser, informer et assurer une gestion raisonnée de ces flux, dans le temps et dans l'espace.



8. LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE, MANGER LOCAL !

81% des Français attendent une offre éco-responsable au restaurant

source : Baromètre Max Havelar et du WWF (2021)

Le gaspillage alimentaire dans les pays développés, dont la France, représente entre 30% et 40% des denrées. Des pertes considérables sont enregistrées dans les secteurs de la restauration rapide et collective, ainsi que dans les ménages. Ces dernières entraînent également une importante déperdition d'eau douce.

La nourriture produite l'est de plus en plus par l'industrie alimentaire dont on connaît et déplore les conséquences sur la qualité nutritionnelle des aliments, avec l'utilisation massive des pesticides, des engrais et des conservateurs et leurs effets sur la standardisation du goût, de la forme ou encore de la couleur.

Limitier la nourriture industrielle et ses méfaits, passe par la résorption du gaspillage alimentaire (notamment en fin de chaîne) et la valorisation des saveurs, des goûts, du plaisir de déguster et de prendre son temps pour manger. Pour cela, les vacances sont un moment privilégié.

Une autre piste d'actions consiste à favoriser les filières courtes et les productions locales, comptant le moins d'intermédiaires possibles entre le producteur et le consommateur (marchés, ventes à la ferme, cueillettes collectives, magasins de producteurs sur place ou en ligne...). Tous sont présents en Vaucluse.

➔ En résumé : Prendre son temps, savourer et manger local ! ➔

9. ACHETER LOCAL, RESPONSABLE, BIO

1400 fermes engagées dans le bio en Vaucluse, *1ère* place en région Sud

source : Agence Bio / Organismes Certificateurs – l'écho du mardi le Vaucluse en Chiffres 2024

Acheter **local**, c'est favoriser les circuits courts, c'est-à-dire en comptant un minimum d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur. On évite également le transport, émetteur de gaz à effet de serre, et ses coûts induits. Acheter local, c'est manger plus frais avec de meilleurs apports pour la santé et des qualités

gustatives retrouvées avec des légumes et des fruits arrivés à maturité.

Acheter **responsable** permet d'assurer une rémunération juste des producteurs et de valoriser des modes de production respectueux de l'environnement et de la biodiversité.

Privilégier l'achat de produits bio est important dans la mesure où l'agriculture écologique n'utilise pas de pesticides. Les sols, l'eau et les écosystèmes ne sont pas pollués. Par ricochet, la santé des consommateurs et des agriculteurs est préservée.

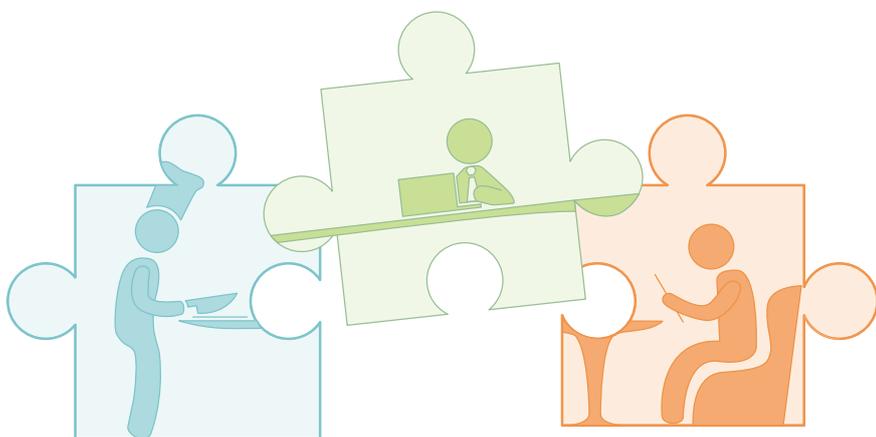
Acheter et proposer à ses clients du bio, du local et du responsable, c'est encore mieux !



10. IMPLIQUER LES HABITANTS, LES PROFESSIONNELS ET LES TERRITOIRES DANS LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME

60% des Français estiment que le secteur du tourisme favorise l'inclusion des populations locales

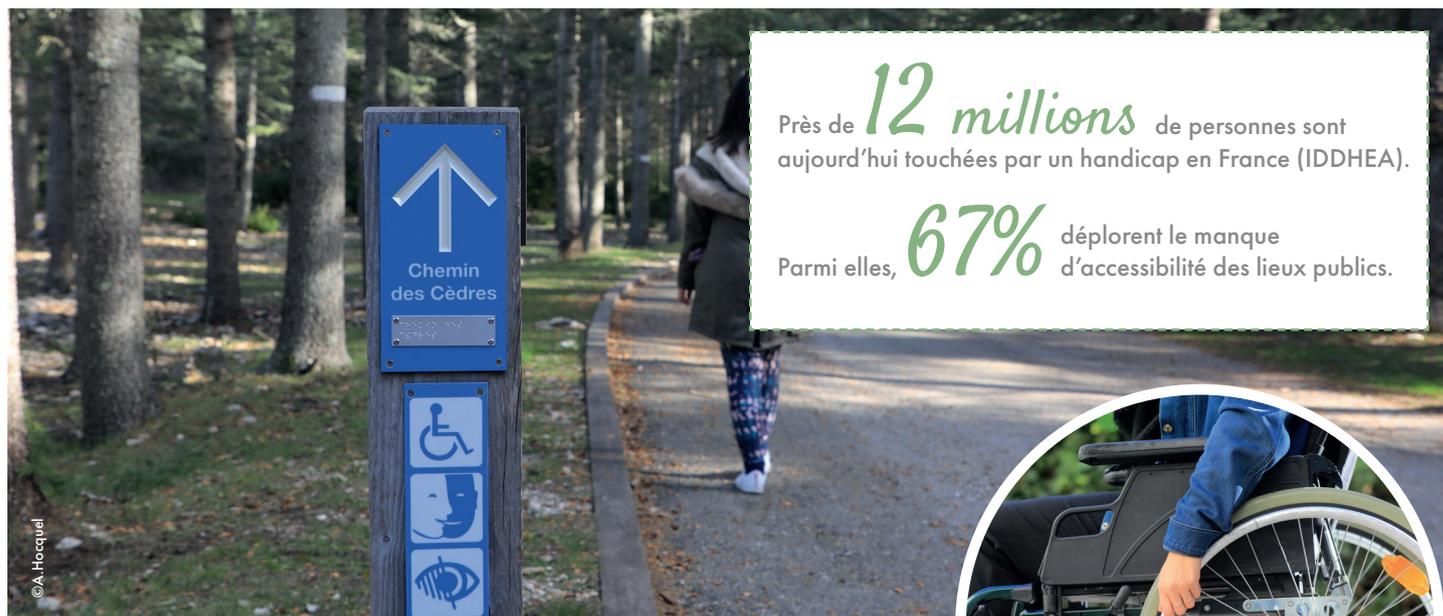
source : Etude Atout France sur la perception du tourisme par les résidents français



Dans une démarche de tourisme durable, il est essentiel de prendre en compte l'avis et la vie des habitants d'un territoire pour son axe de développement. Comment vivent-ils la mise en tourisme de leur espace ? Comment ressentent-ils la cohabitation avec les touristes ? Il s'agit de prendre en compte la relation entre les visiteurs et les habitants.

L'avis des habitants et le regard des professionnels du secteur sont à prendre en compte dans la stratégie de développement touristique. C'est pourquoi le plan de transition a été coconstruit en Vaucluse avec une consultation, la mise en place de groupes de travail puis d'actions pour bâtir une « hospitalité partagée ».

11. FAVORISER L'ACCÈS AU TOURISME POUR TOUS



Près de **12 millions** de personnes sont aujourd'hui touchées par un handicap en France (IDDHEA).

Parmi elles, **67%** déplorent le manque d'accessibilité des lieux publics.

Au-delà de l'hébergement, il est nécessaire d'adapter l'ensemble des composantes du séjour : les transports, la restauration, les commerces, les musées, les activités proposées ...

Le label Tourisme & Handicap permet aux personnes en situation de handicap de choisir leurs vacances et loisirs en identifiant rapidement les sites et établissements adaptés grâce à des pictogrammes dédiés. Déployé en Vaucluse, il est un gage d'accessibilité et donc de qualité pour cette clientèle.

Faciliter l'accessibilité passe aussi par le développement des aides de départ en vacances en favorisant l'acceptation des Chèques Vacances dans les établissements touristiques.

Enfin, des difficultés de circulation demeurent pour les personnes porteuses de handicap et les personnes en fragilité (personnes âgées, accidentée ...) ou en famille (avec des poussettes...), qui bien souvent ne peuvent voyager avec autant de facilité que les autres. Appréhender et répondre à leurs besoins spécifiques est essentiel pour favoriser un tourisme plus inclusif.

12. SENSIBILISER, FORMER, ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELLS



Dans une société en constante évolution, la professionnalisation est incontournable. Encore plus dans un contexte de transition vers un tourisme durable où elle permet notamment la bonne compréhension des enjeux et favorise les changements nécessaires.

L'accompagnement des professionnels étant un pilier essentiel du plan de transition en Vaucluse, un programme complet est construit en ce sens :

- Plateforme de e.formation la Fabrik des compétences (partenariat avec la Fédération Régionale des Offices de Tourisme)
- Plateforme d'autoévaluation
- Ateliers, webinaires
- Fiches techniques, vidéos
- Accompagnements sur le terrain.

13. S'ENGAGER DANS UN TOURISME PLUS RESPONSABLE EN S'APPUYANT SUR LES LABELS ET LES MARQUES

15 c'est le nombre de labels/marques/démarches analysés, choisis et soutenus en Vaucluse.

Ils ont été choisis car d'une part, ils sont reconnus comme les plus structurants pour le Vaucluse, ciblant tous les acteurs du tourisme et adaptés pour la structuration et la promotion du territoire ; et d'autre part, ils répondent à un développement touristique durable réel ou incontournable pour construire les offres en slow et écotourisme.

Les critères sélectionnés pour construire l'outil d'autoévaluation à destination des pros du Vaucluse s'inspirent des meilleures démarches écoresponsables identifiés dans le tourisme.



CES LABELS SONT :

Affichage environnemental	Ecolabel Européen	Destination d'excellence
Clef Verte	Gîtes Panda	Compagnon de route
Démarche RSE	Greenglobe	Accueil vélo
Ecotable	Hôtels au Naturel	Jardins remarquables
Ecogîtes	Marque Valeurs Parc	Grands Sites de France

14. FAVORISER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES À L'ANNÉE

Avec **21,2 millions** de nuitées en 2023, l'activité touristique en Vaucluse est une filière économique majeure générant plus d'un milliard de chiffre d'affaires et **12 000** emplois.

Le développement de l'économie touristique sur les territoires doit être soutenable : respectueux de l'écosystème ainsi que des générations actuelles et futures.

S'assurer de la bonne répartition des flux dans le temps et dans l'espace, désaisonnaliser les activités touristiques pour les rendre pérennes à l'année devraient contribuer à limiter la précarité des emplois saisonniers, notamment d'été en Vaucluse. Non délocalisables, ces emplois à l'année sont garants de la vitalité des territoires vauclusiens et du bien-vivre de leurs habitants.

Trouver des réponses aux métiers en tension (emplois, logements des saisonniers, formation) est également au cœur des préoccupations, tout comme la valorisation des talents.

Enfin, suivre la pérennité des entreprises est un indicateur de la solidité d'une économie touristique.



15. INCITER À L'ACTION AVEC UNE COMMUNICATION NON CULPABILISANTE ET RESPONSABLE, LOIN DU GREENWASHING*

* le greenwashing est l'abus d'arguments écologiques marketing ne reposant pas sur une démarche de fond.

En plus de devoir réduire ses propres impacts, la communication dans le tourisme doit aider les professionnels à décrypter les évolutions, imaginer et proposer des façons de faire du tourisme différemment pour impulser des changements chez l'ensemble des acteurs et des visiteurs.

Agir sur la demande c'est-à-dire sur la consommation (des visiteurs, excursionnistes et habitants) après avoir agi sur l'offre (hébergement, activités, restauration...) est un enjeu de taille dans le cadre des mutations nécessaires. Accompagner les changements de pratiques en vacances implique une approche pédagogique. La compréhension et la transmission des écogestes doit être soutenue par un message non culpabilisant et valorisant.

Le message porté par Vaucluse Provence Attractivité et l'ensemble des partenaires du club TRES#84, s'appuie sur un engagement du collectif et des actions très concrètes en faveur de la transition dans son ensemble et évite ainsi le phénomène du greewashing*. Il s'agit d'être fidèle aux engagements pris et à la promesse client tout en gardant une honnêteté intellectuelle vis-à-vis des clientèles, des habitants et du territoire. « S'engager dans un tourisme responsable en Vaucluse, le prouver et le dire dans cet ordre ! »

Au-delà des campagnes à venir, une action de communication mettant en valeur des ambassadeurs vauclusiens, portant les messages que nous aurons choisis répondra à cet enjeu.

Ainsi, à travers cette démarche, les acteurs du Vaucluse s'engagent dans ces enjeux sociétaux forts en faveur des générations actuelles et futures allant par essence bien au-delà du tourisme.

