Programme de formation aux modèles économiques durables – Chapitres Théoriques et Masterclasses

Footprint

Co-funded by
the European Union

Table des matières

Table des matières 2

Introduction 5

Programme de formation aux modèles économiques durables - Chapitres Théoriques 7

Vue d'ensemble 7

Chapitre 1 : Introduction au tourisme et au tourisme durable 10

Introduction 10

Objectif 11

Cadre Théorique 11

Définitions et concepts clés 11

Le Tourisme et l'Hôtellerie dans l'Économie de l'UE 12

Tendances et Défis du Secteur 12

Impacts du Tourisme 13

Contexte Politique et Stratégique 16

Sensibilisation 19

Questions de Réflexion et de Discussion 22

Synthèse du Chapitre 24

Chapitre 2 : Développement Durable et Environnement 26

Introduction 26

De la Politique à la Réalité Économique 27

L'importance de la transition écologique dans le secteur du tourisme (pourquoi les PME doivent s'adapter) 27

Le Développement Durable dans le Tourisme : une Perspective Opérationnelle 28

L'Adaptation au Changement Climatique dans les PME du Secteur du Tourisme 30

Les Arguments Économiques en Faveur du Développement Durable dans les PME du Secteur du Tourisme 32

Questions de Réflexion 32

Synthèse du Chapitre 33

Chapitre 3 : Recueil d'études de cas 35

Introduction 35

Ecotourisme 36

Bonne pratique 1 : 36

Questions de Réflexion Personnelle 38

Bonne pratique 2 : 39

Questions de Réflexion Personnelle 41

Tourisme Culturel 42

Bonne pratique 3: 42

Questions de Réflexion Personnelle 45

Bonne pratique 4 : 46

Questions de Réflexions Personnelles 48

Tourisme d'Aventure 49

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Bonne pratique 5 :.....49
Questions de Réflexions Personnelles.....51
Bonne pratique 6 :.....53
Questions de Réflexion Personnelle.....55

Conclusion.....57

Programme de formation aux modèles économiques durables – Masterclasses.....60
Vue d'ensemble..... 60

Masterclasse 1 : Ecotourisme & Durabilité Environnementale.....63
Modèle du Modèle Économique..... 72

Masterclasse 2 : Tourisme Culturel & Durabilité Sociale.....79
Modèle de Modèle Économique..... 86

Masterclasse 3 : Tourisme d'Aventure et Durabilité Économique.....88
Modèle de Modèle Économique..... 105
Conclusion..... 106

References.....108

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

PROGRAMME DE FORMATION AUX MODÈLES ÉCONOMIQUES DURABLES

Introduction

Introduction

Le programme de formation FOOTPRINT sur les modèles économiques verts a été développé comme une réponse stratégique à l'accélération de la transition écologique qui transforme l'écosystème touristique européen. Dans toute l'UE, les entreprises touristiques opèrent dans un contexte défini par l'urgence climatique, le déclin de la biodiversité, la volatilité des ressources, le durcissement de la réglementation, la transformation numérique et l'évolution des attentes des consommateurs. Ces forces structurelles redéfinissent la manière dont les entreprises touristiques sont en concurrence et fonctionnent à travers l'Europe.

Les entreprises du tourisme et de l'hôtellerie, en particulier les PME qui dominent l'économie européenne des visiteurs, se trouvent à un moment charnière. Elles sont à la fois fortement dépendantes du capital environnemental et social et directement exposées aux risques climatiques, réglementaires et de marché. Dans ce contexte, la durabilité n'est plus un simple atout de réputation. Elle est devenue une condition préalable à la continuité de l'activité, à la capacité d'investissement et à la pertinence de la destination.

Le Programme de formation aux modèles économiques durables est conçu pour faire passer les PME du tourisme au-delà de la sensibilisation vers une transformation structurée. Il propose un parcours cohérent allant de la compréhension conceptuelle à la refonte opérationnelle. Plutôt que de traiter la durabilité comme un ensemble de mesures isolées, le programme la positionne comme une dimension centrale de l'innovation du modèle économique.

Sa structure reflète cette ambition :

- Les chapitres théoriques établissent les fondements économiques, environnementaux et politiques du tourisme durable dans le contexte de l'UE.
- Les masterclasses traduisent ces fondements en outils appliqués spécifiques au secteur, centrés sur l'écotourisme, le tourisme culturel et le tourisme d'aventure comme voies vers une croissance résiliente.

Ensemble, le programme aide les entreprises touristiques à :

- Réduire leur exposition environnementale et leur risque réglementaire
- Renforcer leur légitimité locale et leur valeur sociale
- Améliorer leur efficacité opérationnelle et la stabilité de leurs coûts
- S'aligner sur les priorités du Pacte vert pour l'Europe et sur les normes internationales de durabilité
- Construire des propositions de valeur différenciées et prêtes pour l'avenir

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

PROGRAMME DE FORMATION AUX MODÈLES ÉCONOMIQUES DURABLES

Chapitres Théoriques

Programme de formation aux modèles économiques durables - Chapitres Théoriques

Vue d'ensemble

Les Chapitres Théoriques constituent l'architecture stratégique du Programme de formation aux modèles économiques durables. Ils sont conçus pour fournir aux apprenants la grille d'analyse nécessaire pour aborder la transition écologique avec intelligence et confiance. La transformation durable dans le tourisme ne peut pas être atteinte au moyen d'actions fragmentées. Elle exige une compréhension claire de :

- Les caractéristiques structurelles de l'écosystème touristique de l'UE
- Les impacts environnementaux, sociaux et économiques significatifs générés tout au long des chaînes de valeur du tourisme
- Les signaux politiques et financiers qui façonnent les futures conditions d'exploitation
- Les vulnérabilités et les leviers propres aux PME

Les trois chapitres suivent une progression délibérée.

1) **Chapitre 1 : Contexte Stratégique et Fondements Sectoriels**

Ce chapitre établit la dimension macroéconomique du tourisme dans l'UE et clarifie des concepts clés tels que le tourisme durable et régénératif. Il replace les PME dans le contexte plus large de l'écosystème et identifie les impacts majeurs du secteur en matière d'émissions, d'utilisation des ressources, de biodiversité et de bien-être des communautés.

Il présente notamment l'architecture politique qui sous-tend cette transition, notamment le Pacte vert pour l'Europe, le Parcours de Transition pour le Tourisme et les cadres internationaux tels que les Objectifs de Développement Durable (ODD) et les critères du GSTC. Ce faisant, il redéfinit la durabilité comme un exercice d'alignement stratégique ayant des implications concrètes en matière de finance, de conformité, de passation de marchés et d'accès au marché.

2) **Chapitre 2 : Opérationnaliser le développement durable**

Le deuxième chapitre traduit les ambitions mondiales en matière de durabilité en réalités opérationnelles. Il relie directement la gestion environnementale, l'adaptation climatique et la création de valeur locale à l'efficacité des coûts, à la résilience et au positionnement concurrentiel.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Au lieu de présenter la durabilité comme un cadre éthique abstrait, ce chapitre la positionne comme une discipline opérationnelle intégrée dans les décisions relatives à l'énergie, à l'eau, aux déchets, à la mobilité, à la biodiversité et à l'engagement communautaire.

3) **Chapitre 3 : Parcours de Cas Appliqués**

Le dernier chapitre fait le lien entre théorie et mise en œuvre, à travers des études de cas variées dans les contextes de l'écotourisme, du tourisme culturel et du tourisme d'aventure. Ces exemples montrent que la durabilité n'est pas uniforme mais adaptée au contexte, façonnée par les structures de gouvernance, les partenariats et les ressources locales.

Collectivement, les chapitres théoriques visent à :

1. Repositionner la durabilité comme un déterminant stratégique de l'activité
2. Clarifier l'exposition aux risques et les structures d'opportunité pour les PME
3. Préparer les participants à une refonte structurée de leur modèle économique

A la fin de cette section, les participants devraient reconnaître que le tourisme durable n'est pas une alternative de niche. C'est la voie que suit l'économie européenne du tourisme.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

01

CHAPITRE 1

Introduction au tourisme et au tourisme durable

Chapitre 1 : Introduction au tourisme et au tourisme durable

Titre	*Introduction au tourisme et au tourisme durable*
Acquis d'apprentissage	• Définir et distinguer les concepts clés (tourisme, hôtellerie, tourisme durable et régénératif) et expliquer pourquoi la durabilité est une nécessité stratégique pour le secteur. • Décrire l'ampleur et la structure de l'écosystème touristique de l'Union européenne, avec les PME en son cœur, et résumer les principales tendances et défis qui influencent la compétitivité. • Identifier et cartographier les principaux impacts environnementaux, sociaux et économiques associés à une entreprise touristique et hôtelière. • Reconnaître le rôle des cadres européens et internationaux (tels que le Green Deal, le Parcours de Transition pour le Tourisme, les ODD et les critères GSTC) et expliquer pourquoi leur alignement est essentiel pour la conformité, l'accès au marché et le financement. • Prioriser une ou deux actions à court terme ainsi qu'un indicateur clé simple (KPI), en montrant comment la sensibilisation peut se traduire en amélioration mesurable.

Introduction

Le tourisme crée des emplois, soutient les économies locales et relie les cultures. Cependant, la croissance du tourisme a également accru la pression sur les environnements, les infrastructures et les communautés dans de nombreuses destinations. Pour les entreprises touristiques, cela crée à la fois des opportunités et des responsabilités. Le tourisme durable propose une approche concrète pour gérer ces défis. Il encourage les entreprises à prendre en compte l'impact de leurs activités sur l'environnement, les communautés locales et l'attractivité à long terme des destinations dont dépend le tourisme.

Pour les gestionnaires et les propriétaires d'entreprises touristiques, la durabilité est de plus en plus liée aux décisions quotidiennes. Elle influence les coûts d'exploitation, les attentes des visiteurs, les exigences réglementaires et la compétitivité à long terme. Les entreprises qui comprennent ces dynamiques sont mieux positionnées pour gérer les risques, améliorer leur efficacité et proposer des expériences attractives.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Objectif

L'objectif global du projet FOOTPRINT est d'accélérer la transition de l'économie touristique européenne vers des modèles plus durables, équitables et résilients. Cela s'inscrit dans l'orientation politique européenne vers la décarbonation, l'utilisation circulaire des ressources, l'innovation numérique, l'accessibilité et le développement des compétences. Dans ce contexte, les petites et moyennes entreprises, en particulier dans le secteur de l'hôtellerie, jouent un rôle central. Elles conçoivent l'expérience client, s'approvisionnent localement, emploient et forment du personnel, et interagissent quotidiennement avec les territoires et les communautés.

Ce programme est conçu comme un outil pratique. Il met l'accent sur des actions directement applicables, telles que l'audit de l'énergie et de l'eau, la réduction du gaspillage alimentaire, l'adaptation de l'offre de services, l'investissement dans les ressources humaines et l'utilisation des données pour améliorer la performance. En ancrant le développement durable dans les réalités de la prestation de services et de l'expérience client, FOOTPRINT vise à mettre en place des modèles économiques viables sur le plan commercial et capables de contribuer positivement au bien-être de la destination. Les concepts présentés ici seront développés tout au long du programme, offrant ainsi un cadre commun pour la stratégie, l'évaluation et l'amélioration continue.

Cadre Théorique

Définitions et concepts clés

Tourisme

L'OMT définit le tourisme comme les activités de personnes voyageant et séjournant dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pendant une période ne dépassant pas une année consécutive, à des fins de loisirs, d'affaires ou autres. Cette définition constitue la base des statistiques officielles et des comptes satellites du tourisme utilisés dans toute l'Union européenne.

Industries de l'hôtellerie et du tourisme

Dans le système statistique européen, les « industries touristiques » englobent un ensemble d'activités NACE telles que l'hébergement (I55), les services de restauration et de boissons (I56), le transport de passagers (H49–H51, H50, H53), ainsi que certains services de location et services culturels sélectionnés. L'hôtellerie, principalement l'hébergement et la restauration, constitue donc un sous-ensemble central de l'offre touristique.

Tourisme durable

La définition largement utilisée par l'OMT indique que le tourisme durable « tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, du secteur, de l'environnement et des communautés d'accueil ». Cette définition présente la durabilité comme une recherche d'équilibre entre valeur pour les personnes, la planète et la prospérité sur le long terme.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Tourisme vert

Expression couramment utilisée pour désigner des pratiques à orientation environnementale (par exemple : énergie, eau, déchets), souvent associées aux écolabels ou aux achats verts, tandis que le tourisme durable intègre explicitement les dimensions sociales et économiques en plus des aspects environnementaux.

Le tourisme régénératif va au-delà de la durabilité en recherchant des résultats positifs nets pour les écosystèmes et les communautés ; il est de plus en plus mentionné dans les stratégies de destination, bien qu'il ne soit pas encore codifié dans les statistiques officielles.

Le Tourisme et l'Hôtellerie dans l'Économie de l'UE

Le tourisme représente une composante substantielle de l'économie et du marché du travail européens. En 2022, près d'une entreprise sur 13 dans l'économie marchande de l'UE appartenait aux industries touristiques, employant environ 12,3 millions de personnes ; les trois quarts des entreprises relevaient de l'hébergement et de la restauration (Eurostat, 2024). Le secteur touristique est fortement dominé par les PME, ce qui influence la manière dont les mesures de durabilité doivent être mises en œuvre. Sur environ 3,2 millions d'entreprises touristiques, 99,8 % sont des microentreprises, petites ou moyennes entreprises, une caractéristique structurelle qui détermine également la mise en œuvre des politiques et des mesures de soutien (Commission européenne, 2022).

D'un point de vue macroéconomique, la reprise du secteur a permis de retrouver puis de dépasser les niveaux d'avant la pandémie. Le World Travel & Tourism Council (WTTC) estime qu'en 2024, le voyage et le tourisme ont contribué à hauteur d'environ 1,8 billion d'euros au PIB de l'UE (un peu plus de 10 % de l'économie) et soutenu plus de 24,5 millions d'emplois, soit environ un emploi sur neuf dans l'ensemble de l'Union européenne (WTTC, 2025). Bien que ces chiffres proviennent d'une modélisation par comptes satellites incluant les effets directs, indirects et induits, ils illustrent l'ampleur de l'interaction entre le tourisme et l'hôtellerie et les chaînes d'approvisionnement européennes ainsi que les économies régionales.

Tendances et Défis du Secteur

Tourisme de masse et pression sur les destinations

Les destinations populaires connaissent des pics saisonniers et des concentrations de visiteurs qui exercent une pression sur l'espace public, le logement et les infrastructures. Cela a catalysé des réponses politiques (gestion des visiteurs, outils de capacité de charge, partage de données) conformes au Parcours de Transition pour le Tourisme de l'UE.

Impacts climatiques et émissions

Des recherches évaluées par des pairs estiment que l'empreinte carbone mondiale du tourisme représente environ 8 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre (sur la base de la période 2009–2013), principalement en raison du transport, de la consommation alimentaire et des chaînes d'approvisionnement du commerce de détail liées à la demande touristique (Lenzen et al., 2018). En parallèle, le changement climatique affecte de plus en plus les destinations

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

touristiques à travers des risques tels que le stress thermique, l'exposition aux incendies de forêt, la rareté de l'eau et la dégradation des écosystèmes, ce qui crée des défis opérationnels pour les entreprises touristiques et met en évidence l'importance des stratégies à la fois d'atténuation et d'adaptation (IPCC, 2023 ; Scott, Gössling, & Hall, 2012).

Evolution des attentes des voyageurs

Les enquêtes européennes auprès des consommateurs montrent un intérêt croissant pour les choix de voyage responsables et les pratiques de tourisme durable. Les voyageurs accordent de plus en plus de valeur à des services respectueux de l'environnement, à des informations transparentes sur la durabilité et à des options de mobilité à faible impact, ce qui influence la conception des produits touristiques, la communication et les décisions de réservation (Commission européenne, 2023 ; Booking.com, 2023).

Signaux politiques et de marché en faveur de la transition verte

Les cadres politiques au niveau de l'UE accélèrent la transition vers des systèmes touristiques plus durables. Le Pacte vert pour l'Europe engage l'Union européenne à atteindre la neutralité climatique d'ici 2050 et à réduire les émissions de gaz à effet de serre d'au moins 55 % d'ici 2030 par rapport aux niveaux de 1990 (Commission européenne, 2019). Au sein de l'écosystème touristique, le Parcours de Transition pour le Tourisme traduit ces objectifs en actions sectorielles centrées sur la décarbonation, l'utilisation circulaire des ressources, la numérisation, le développement des compétences et le soutien à l'investissement pour les PME du tourisme (Commission européenne, 2022).

Numérisation et données pour la prise de décision

La compétitivité de l'écosystème dépend de plus en plus de la capacité des PME à collecter et à utiliser des données opérationnelles (énergie, eau, déchets, mobilité, approvisionnement) afin de fixer des objectifs et de démontrer les progrès réalisés, une attente renforcée par les stratégies de destination et, pour les entreprises plus grandes, par l'évolution des régimes de reporting en matière de durabilité.

Résilience de la main-d'œuvre et du modèle économique

Des caractéristiques structurelles telles que la saisonnalité, les déficits de compétences et la prévalence des microentreprises font du renforcement des capacités un élément central de la transformation. L'amélioration de la qualité de l'emploi, de la formation et de la gouvernance (y compris les modèles coopératifs et communautaires) contribue à aligner la résilience des entreprises sur le bien-être des destinations.

Impacts du Tourisme

Environnemental

Le tourisme exerce des pressions environnementales tout au long de la chaîne de valeur, notamment dans les transports, l'hébergement, les services de restauration et de boissons, la consommation de détail et les activités récréatives. Des études mondiales de modélisation estiment que les chaînes d'approvisionnement liées au tourisme ont généré environ 5,2 gigatonnes d'émissions de CO_2 équivalent en 2019, soit environ 8,8% des émissions mondiales de

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

gaz à effet de serre (Sun et al., 2024). Ces émissions sont principalement liées aux transports, à la consommation alimentaire et aux chaînes d'approvisionnement du commerce de détail associées à la demande touristique, l'aviation et les services à forte intensité énergétique jouant un rôle particulièrement important. Les tendances historiques montrent que les émissions liées au tourisme ont augmenté plus rapidement que l'économie mondiale, car la demande de voyages et de services touristiques s'est développée plus rapidement que les améliorations en matière d'efficacité énergétique ou les technologies bas carbone. Cette dynamique met en évidence la nécessité d'une décarbonation rapide tout au long des chaînes de valeur du tourisme, en particulier dans la mobilité, l'hébergement, l'usage de l'énergie et les systèmes d'approvisionnement (Lenzen et al., 2018 ; Sun et al., 2024). Au-delà des émissions, les écosystèmes des destinations sont confrontés au stress hydrique, à la production de déchets et à la perturbation des habitats. Les évaluations européennes soulignent des pressions croissantes sur les rivières, les lacs et les nappes phréatiques en raison de la surexploitation, de la pollution et des sécheresses, auxquelles s'ajoutent des phénomènes extrêmes liés au climat qui aggravent la rareté des ressources dans les destinations populaires. Ces pressions augmentent les risques opérationnels (par exemple, hausse des coûts des services publics, restrictions) et les risques de réputation lorsque l'usage des visiteurs entre en concurrence avec les besoins locaux.

Le changement climatique intensifie également les risques environnementaux pour l'industrie touristique elle-même. La hausse des températures, les vagues de chaleur, le risque d'incendie de forêt, la diminution de l'enneigement fiable dans les régions de montagne, les vagues de chaleur marines et la perte de biodiversité affectent déjà les destinations touristiques et la qualité de l'expérience des visiteurs. Ces impacts peuvent raccourcir les saisons touristiques, augmenter les coûts d'exploitation et affecter les infrastructures, les assurances et la sécurité des visiteurs. Le sixième rapport d'évaluation du GIEC met en évidence l'augmentation des risques liés à la chaleur et à l'eau en Europe, avec une exposition particulièrement élevée dans les destinations méditerranéennes et dans les zones de tourisme de montagne dépendantes de la neige, ce qui renforce la nécessité d'une planification de l'adaptation climatique et d'une diversification des produits au sein des systèmes touristiques (IPCC, 2022 ; Scott et al., 2019).

Social

Le tourisme peut générer une valeur sociale positive à travers les échanges culturels, la fierté du lieu, le développement des compétences et le soutien au patrimoine lorsque les flux de visiteurs et les dépenses sont bien gérés. L'approche de l'UNESCO au niveau des destinations souligne l'importance du dialogue entre parties prenantes, de la participation communautaire et d'une planification intégrée afin de garantir que le tourisme contribue à la protection et à la valorisation des patrimoines culturels et naturels, plutôt qu'à leur dégradation (UNESCO, 2018).

À l'inverse, une croissance touristique non maîtrisée peut générer des effets de surtourisme, notamment une pression sur les espaces publics et les infrastructures, des perturbations du marché du logement liées aux locations de courte durée, de la congestion et une perception de perte de contrôle de la communauté sur le développement local (Goodwin, 2017 ; Milano, Cheer, & Novelli, 2019). Ces dynamiques déclenchent fréquemment des résistances locales et des réponses réglementaires. Des analyses européennes récentes montrent que des villes et des

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

régions expérimentent des stratégies de gestion des visiteurs, notamment des outils de capacité de charge, des plafonds de fréquentation, des politiques de zonage et des systèmes d'enregistrement ou de licences pour les plateformes d'hébergement de courte durée, afin de rééquilibrer les relations entre résidents et visiteurs (Commission européenne, 2022 ; OECD, 2020).

Pour les entreprises touristiques, ces évolutions se traduisent par de nouvelles exigences de conformité et des attentes croissantes quant à la démonstration de bénéfices tangibles pour les communautés locales. Les considérations d'équité influencent également la performance organisationnelle interne : la qualité de l'emploi, la saisonnalité, l'inclusion et les structures de gouvernance affectent la fidélisation des employés, la qualité du service et la réputation de l'employeur (ILO, 2020). Les modèles économiques qui approfondissent la participation des parties prenantes, comme les structures de gouvernance coopérative ou les partenariats communautaires, peuvent renforcer la licence sociale d'exploitation d'une entreprise tout en améliorant l'authenticité du service et la résilience à long terme (Hall, 2019).

Economique

Le voyage et le tourisme constituent un moteur économique majeur dans l'UE, contribuant à environ 10 % du PIB et soutenant des dizaines de millions d'emplois lorsque l'on prend en compte les effets directs, indirects et induits. Des estimations récentes indiquent qu'en 2024, le voyage et le tourisme ont généré environ 1,8 milliard d'euros de PIB et soutenu plus de 24,5 millions d'emplois dans l'Union européenne (WTTC, 2025). Une telle ampleur souligne le potentiel d'effet de levier du secteur pour conduire la transition verte, tout en mettant en évidence l'exposition de nombreuses économies locales aux chocs climatiques et de marché.

Au niveau des destinations et des entreprises, l'équilibre économique du tourisme dépend de facteurs tels que les fuites économiques par rapport à la capture de valeur locale, la saisonnalité, la productivité et l'allocation du capital (UN Tourism, 2023). Les pratiques durables peuvent réduire les coûts d'exploitation grâce à une meilleure efficacité dans l'utilisation de l'énergie, de l'eau et des matériaux, renforcer le pouvoir de fixation des prix grâce à des propositions de valeur différenciées, et stabiliser la demande en s'alignant sur l'évolution des préférences des voyageurs. Toutefois, une dépendance excessive à un profil de visiteurs trop étroit ou à une demande fortement saisonnière peut accroître la volatilité économique. La diversification, les chaînes d'approvisionnement circulaires et la gestion fondée sur les données sont donc de plus en plus reconnues comme des éléments clés de la résilience à long terme du tourisme (Commission européenne, 2022).

Implication pour les gestionnaires et les propriétaires : traiter de manière intégrée les impacts environnementaux, sociaux et économiques n'est pas seulement une question de conformité ou de réputation ; c'est la base de modèles économiques résilients qui protègent les actifs critiques, maintiennent le soutien des communautés et génèrent des retours économiques durables.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Contexte Politique et Stratégique

Les entreprises touristiques opèrent dans un environnement de gouvernance à plusieurs niveaux qui influence de plus en plus la manière dont la durabilité est mise en œuvre dans l'ensemble du secteur. Les cadres politiques influencent l'utilisation de l'énergie, la gestion des ressources, l'atténuation du changement climatique, les conditions de travail et la protection de l'environnement, tout en créant de nouvelles opportunités à travers le financement, les partenariats et le positionnement sur le marché. Pour les PME touristiques, comprendre ce paysage politique est important non seulement pour la conformité, mais aussi pour identifier des opportunités stratégiques liées à la transition vers des modèles économiques plus verts et plus résilients.

Deux niveaux de gouvernance sont particulièrement pertinents. Les cadres politiques de l'Union européenne établissent l'environnement réglementaire dans lequel opèrent les entreprises touristiques, tandis que les cadres mondiaux de durabilité fournissent des principes directeurs, des engagements volontaires et des normes opérationnelles qui façonnent les pratiques de durabilité dans l'ensemble du secteur touristique.

Cadres de l'Union Européenne

Au niveau européen, les politiques de durabilité sont de plus en plus intégrées dans la stratégie économique, la législation climatique et les initiatives sectorielles. Ces cadres influencent la manière dont les entreprises touristiques gèrent l'énergie, les déchets, la mobilité, les achats et les impacts environnementaux.

Le Pacte vert pour l'Europe représente la stratégie globale de l'Union européenne visant à atteindre la neutralité climatique d'ici 2050, tout en protégeant la biodiversité, en promouvant les principes de l'économie circulaire et en garantissant une transition juste pour les entreprises et les communautés. Le Pacte vert a profondément transformé le paysage politique de l'UE et influence un large éventail de réglementations sectorielles affectant les entreprises touristiques, notamment en matière d'efficacité énergétique des bâtiments, de mobilité durable, de gestion des déchets et de protection de l'environnement.

Dans la continuité de cette orientation politique globale, le Parcours de Transition pour le Tourisme fournit une feuille de route spécifique au secteur destinée à soutenir la transformation de l'écosystème touristique vers un avenir plus vert, plus numérique et plus résilient. Élaborée en collaboration avec les acteurs du secteur, cette feuille de route identifie des actions prioritaires liées à la décarbonation, à l'utilisation circulaire des ressources, à la digitalisation, au développement des compétences et à l'investissement. Une attention particulière est accordée au soutien des PME, qui représentent la grande majorité des entreprises touristiques en Europe.

La législation climatique incluse dans le paquet Fit for 55 opérationnalise davantage les objectifs climatiques de l'UE en introduisant des mesures visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre d'au moins 55 % d'ici 2030. Ces politiques influencent des domaines tels que le déploiement des énergies renouvelables, les normes d'efficacité énergétique et les systèmes de transport bas carbone. Pour les entreprises touristiques, notamment dans les secteurs de l'hébergement et de

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

la restauration, ces évolutions influencent de plus en plus les décisions d'investissement liées à la rénovation des bâtiments, au suivi énergétique et à l'approvisionnement en énergie renouvelable.

Un autre développement majeur est la directive relative à la publication d'informations en matière de durabilité des entreprises (CSRD) et les normes européennes de reporting de durabilité (ESRS) qui l'accompagnent. Bien que ces exigences s'appliquent principalement aux grandes entreprises, elles ont des implications importantes pour les PME à travers les relations de chaîne d'approvisionnement. Les PME touristiques peuvent être de plus en plus amenées à fournir des données de durabilité concernant les émissions, les conditions de travail ou l'utilisation des ressources lorsqu'elles collaborent avec de grands partenaires ou des entreprises clientes.

Les instruments de politique financière jouent également un rôle clé dans le soutien à la transition. La taxonomie de l'UE pour les activités durables établit un système de classification permettant aux investisseurs et aux institutions financières d'identifier les investissements durables sur le plan environnemental. En pratique, ce cadre influence l'accès au financement vert et les conditions d'investissement pour des projets tels que la rénovation énergétique des bâtiments, les installations d'énergies renouvelables ou les technologies d'économie d'eau dans les infrastructures touristiques.

Les politiques de marchés publics renforcent également les objectifs de durabilité. À travers les critères de Marchés Publics Écologiques, les autorités publiques sont encouragées à privilégier des fournisseurs respectueux de l'environnement lors de l'achat de biens et de services. Les entreprises touristiques démontrant de bonnes performances environnementales peuvent ainsi bénéficier d'avantages lorsqu'elles répondent à des appels d'offres publics liés au tourisme, aux événements ou aux partenariats de destination.

En outre, des systèmes volontaires de gestion environnementale tels que l'Ecolabel européen pour les hébergements touristiques et le système EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) fournissent des cadres reconnus pour améliorer les performances environnementales et démontrer des pratiques de durabilité crédibles. Ces certifications peuvent renforcer la crédibilité marketing et faciliter l'accès aux marchés publics ou aux programmes d'incitation.

Enfin, la législation européenne relative à la gestion des déchets, à la protection de l'eau, à la réduction des emballages et à la prévention du gaspillage alimentaire continue d'évoluer. Ces réglementations introduisent des obligations de conformité mais encouragent également des pratiques opérationnelles qui permettent souvent de réduire les coûts grâce à une meilleure efficacité et gestion des ressources. Ces cadres politiques de l'UE définissent ainsi le contexte réglementaire et économique dans lequel opèrent les entreprises touristiques, influençant à la fois les obligations de conformité et les opportunités stratégiques liées à la durabilité.

Cadres internationaux

Parallèlement aux initiatives politiques européennes, les entreprises touristiques sont également influencées par un ensemble plus large de cadres internationaux de durabilité qui façonnent les attentes à l'échelle mondiale. Contrairement à la législation européenne, ces cadres fonctionnent

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

généralement comme des principes directeurs, des engagements volontaires ou des normes reconnues internationalement, plutôt que comme des réglementations contraignantes. Néanmoins, ils jouent un rôle essentiel dans la définition des bonnes pratiques, l'élaboration des systèmes de certification et l'orientation des stratégies de durabilité des destinations et des entreprises touristiques.

Au niveau mondial, les priorités de durabilité sont définies par l'Agenda 2030 des Nations Unies pour le développement durable, qui a introduit les Objectifs de Développement Durable (ODD). Les ODD fournissent un cadre reconnu internationalement reliant développement économique, protection de l'environnement et inclusion sociale. Le tourisme est explicitement reconnu comme un secteur pouvant contribuer à plusieurs de ces objectifs, notamment ceux liés à la croissance économique durable, à la consommation et production responsables, à l'action climatique et à la protection des écosystèmes. Pour les entreprises touristiques, les ODD offrent une structure largement reconnue pour communiquer leurs engagements en matière de durabilité.

L'action climatique mondiale est également guidée par l'Accord de Paris sur le climat, qui engage les pays à limiter l'augmentation de la température mondiale et à atteindre la neutralité carbone au cours de la seconde moitié du siècle. Bien que cet accord s'applique principalement aux gouvernements, il a des implications importantes pour des secteurs tels que le tourisme, car les politiques climatiques nationales influencent de plus en plus les systèmes énergétiques, les infrastructures de transport et les objectifs de réduction des émissions.

Au sein même du secteur du tourisme, plusieurs initiatives internationales traduisent les principes de durabilité en recommandations spécifiques au tourisme. Les principes de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) pour un tourisme durable offrent un cadre conceptuel largement reconnu qui concilie la protection de l'environnement, le bien-être social et la viabilité économique, tout en répondant aux besoins des visiteurs, des acteurs du secteur et des communautés d'accueil. Ces principes ont influencé de nombreuses stratégies nationales en matière de tourisme ainsi que des systèmes de certification de durabilité.

L'action climatique dans le tourisme a été renforcée par la Déclaration de Glasgow sur l'action climatique, lancée lors de la COP26. Les organisations signataires s'engagent à réduire de moitié les émissions liées au tourisme d'ici 2030 et à atteindre la neutralité carbone d'ici 2050, tout en élaborant des plans d'action climatique et en rendant compte des progrès. Bien qu'elle soit facultative, cette déclaration est devenue un signe fort d'engagement pour les entreprises touristiques et les destinations qui souhaitent s'aligner sur les objectifs climatiques mondiaux.

Des orientations opérationnelles sont également fournies par le biais de normes de durabilité reconnues à l'échelle internationale. Les critères du Conseil mondial du tourisme durable (GSTC) établissent des normes de référence en matière de durabilité pour les entreprises touristiques et les destinations. Ces critères portent sur des domaines tels que la gestion environnementale, la protection du patrimoine culturel, l'engagement communautaire et le développement économique durable, et ils constituent la base de nombreux programmes de certification touristique à travers le monde.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Les cadres de mesure contribuent également à renforcer la crédibilité des mesures en faveur du climat. Le Protocole sur les gaz à effet de serre et l'initiative Science Based Targets (Objectifs fondés sur la science) proposent des méthodologies reconnues à l'échelle internationale pour mesurer les émissions de gaz à effet de serre et fixer des objectifs de réduction conformes aux données scientifiques sur le climat. Alors que le reporting en matière de développement durable se généralise au sein des chaînes d'approvisionnement mondiales, ces cadres aident les entreprises du secteur du tourisme à garantir la transparence et la comparabilité de leurs engagements climatiques.

Enfin, les normes internationales relatives aux systèmes de gestion, telles que la norme ISO 14001 pour les systèmes de gestion environnementale et la norme ISO 21401 pour l'hébergement durable, proposent des approches structurées permettant d'intégrer la durabilité dans la gouvernance organisationnelle et les processus opérationnels. Ces normes favorisent l'amélioration continue et fournissent aux partenaires, aux auditeurs et aux clients des preuves reconnues d'une gestion environnementale responsable. Ces cadres mondiaux complètent les politiques régionales en fournissant les principes directeurs, les outils de mesure et les engagements volontaires qui soutiennent la transition du secteur du tourisme vers des modèles économiques plus durables et plus résilients.

Sensibilisation

Pourquoi les entreprises touristiques doivent comprendre la durabilité

La durabilité n'est plus un concept de niche dans le tourisme. Elle est devenue un facteur important qui façonne la manière dont les entreprises touristiques opèrent et sont en concurrence. Les pressions environnementales, l'évolution des attentes des visiteurs et les réglementations en constante évolution influencent la viabilité à long terme de nombreuses destinations touristiques. Pour les PME du tourisme, comprendre la durabilité est donc essentiel. Cela aide les entreprises à prendre des décisions éclairées concernant l'utilisation des ressources, les investissements, les partenariats et le développement de produits. Les entreprises qui reconnaissent ces tendances tôt sont mieux à même de s'adapter et de rester compétitives. Plusieurs facteurs clés expliquent pourquoi la sensibilisation à la durabilité devient de plus en plus importante.

Un premier facteur est la continuité des activités. Les activités touristiques sont étroitement liées aux conditions environnementales et à la disponibilité des ressources. Les perturbations liées au climat, telles que les vagues de chaleur, les inondations, les incendies de forêt ou la diminution de l'enneigement fiable, peuvent affecter la saisonnalité et l'expérience des visiteurs, tandis que l'augmentation des coûts de l'énergie, de l'eau et de la gestion des déchets influence de plus en plus la performance opérationnelle. Les entreprises qui reconnaissent ces risques sont mieux positionnées pour s'adapter et maintenir la qualité du service. Les attentes du marché évoluent également. Les voyageurs prennent de plus en plus en compte la responsabilité environnementale, l'authenticité et l'équité, en plus du prix et de la commodité, lorsqu'ils choisissent des services touristiques. Dans le même temps, les tour-opérateurs, les acheteurs professionnels et les plateformes numériques renforcent les exigences en matière de durabilité

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

dans leurs chaînes d'approvisionnement, rendant les pratiques responsables de plus en plus importantes pour maintenir la visibilité et l'accès au marché.

L'environnement réglementaire constitue un autre facteur important. Les politiques aux niveaux de l'UE, national et local se renforcent progressivement dans des domaines tels que l'efficacité énergétique, la réduction des émissions, la gestion des déchets et les normes de travail. Les entreprises qui anticipent ces évolutions peuvent s'adapter plus facilement, tandis que celles qui retardent leur action peuvent faire face à des coûts de conformité plus élevés ou à des restrictions opérationnelles. La durabilité offre également des avantages concrets pour les entreprises. L'amélioration de l'efficacité dans l'utilisation de l'énergie, de l'eau et des matériaux peut réduire les coûts d'exploitation, tandis que des relations plus solides avec les communautés locales et les fournisseurs peuvent améliorer la réputation des destinations et leur résilience. De plus, de nombreux employés recherchent de plus en plus des employeurs ayant des valeurs sociales et environnementales claires, ce qui signifie que les initiatives de durabilité peuvent soutenir le recrutement, la fidélisation et le développement des compétences.

La sensibilisation à la durabilité renforce également la capacité d'investissement. Les institutions financières et les investisseurs intègrent de plus en plus des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) dans leurs décisions de financement. Les entreprises touristiques qui suivent leurs performances environnementales et démontrent des pratiques responsables sont donc mieux positionnées pour accéder à des financements verts et à des opportunités de financement public. Pris ensemble, ces facteurs montrent que la sensibilisation à la durabilité n'est pas simplement une question de responsabilité environnementale. Elle devient une condition essentielle de résilience, de compétitivité et de succès à long terme dans le secteur touristique.

Opportunités à haut niveau

La durabilité est souvent perçue principalement comme une obligation de conformité ou une responsabilité environnementale. Cependant, lorsqu'elle est abordée de manière stratégique, elle peut également créer des opportunités significatives pour les entreprises touristiques. L'intégration de la durabilité dans les opérations et les modèles économiques peut renforcer la compétitivité, réduire les coûts et améliorer les relations avec les clients et les parties prenantes locales.

Opportunités clés pour les PME touristiques :

- **Croissance des revenus grâce à la différenciation**

Les expériences touristiques démontrant une responsabilité environnementale crédible ou un fort engagement communautaire peuvent attirer de nouveaux segments de marché et permettre une tarification premium, une meilleure réputation et une fidélité accrue des visiteurs.

- **Réduction des coûts grâce à l'efficacité des ressources**

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

La réduction de la consommation d'énergie, de l'utilisation de l'eau et des déchets matériels peut générer des économies opérationnelles significatives tout en réduisant l'exposition à la volatilité des prix des ressources.

- **Accès à de nouveaux marchés et opportunités d'achat**

L'alignement sur des normes de durabilité reconnues, des certifications ou des programmes de destination durable peut ouvrir de nouveaux canaux de distribution, notamment via des partenariats avec des tour-opérateurs responsables, des clients professionnels ou des marchés publics.

- **Renforcement des partenariats locaux et des chaînes d'approvisionnement**

La collaboration avec des fournisseurs locaux, des producteurs et des partenaires communautaires peut améliorer la qualité des produits, renforcer l'identité de la destination et créer des réseaux économiques locaux plus résilients.

- **Renforcement de la valeur de marque et de la confiance des clients**

  Une communication transparente en matière de durabilité et des certifications crédibles peuvent renforcer la réputation de la marque et accroître la confiance des clients.

- **Amélioration de l'attraction et de la rétention des talents**

  Les entreprises qui démontrent des valeurs environnementales et sociales fortes attirent plus facilement des employés motivés par un travail porteur de sens, améliorant ainsi le recrutement et la fidélisation.

- **Innovation et renouvellement de l'offre**

  Les initiatives de durabilité encouragent souvent les entreprises à repenser leurs expériences touristiques, à introduire des activités à faible impact ou à développer de nouvelles offres permettant d'allonger la durée de séjour et de diversifier la demande saisonnière.

- **Amélioration de la gestion des risques**

  La mesure des impacts environnementaux et la planification face aux risques climatiques permettent d'anticiper les perturbations et de renforcer la résilience à long terme.

Risques à haut niveau

En parallèle, ne pas traiter les enjeux de durabilité, ou le faire sans crédibilité, peut générer des risques importants pour les entreprises touristiques. Les pressions environnementales, les évolutions réglementaires et les attentes du marché signifient que l'inaction ou des initiatives mal mises en œuvre peuvent compromettre la compétitivité à long terme.

Risques principaux :

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

- **Risques réglementaires et de conformité**

  Des exigences plus strictes en matière d'énergie, de gestion des déchets, d'utilisation de l'eau ou de conditions de travail peuvent augmenter les coûts opérationnels ou limiter les activités si elles ne sont pas respectées.

- **Risques d'accès au marché**

  Les tour-opérateurs, acheteurs professionnels et plateformes exigent de plus en plus des données environnementales et sociales. Les entreprises incapables de démontrer des pratiques responsables peuvent perdre en visibilité ou être exclues de certains marchés.

- **Volatilité des coûts**

  Une utilisation inefficace de l'énergie, de l'eau ou des matériaux expose les entreprises à des coûts plus élevés, notamment en période de volatilité des prix.

- **Risques de réputation et greenwashing**

  Des affirmations non fondées ou des initiatives mal mises en œuvre peuvent nuire à la confiance des clients, des communautés et des partenaires.

- **Perturbations opérationnelles liées aux pressions environnementales**

  Les événements climatiques extrêmes, la rareté de l'eau ou la dégradation des écosystèmes peuvent affecter directement les infrastructures touristiques, l'expérience des visiteurs et la demande.

- **Défis liés à la main-d'œuvre**

  Une mauvaise qualité de l'emploi, la saisonnalité ou un manque de perspectives peuvent compliquer le recrutement et la fidélisation du personnel qualifié.

- **Résistance des communautés et pression sur les destinations**

  Des impacts perçus négativement (congestion, pression sur le logement, perturbations culturelles) peuvent entraîner des restrictions réglementaires ou une perte de soutien local.

- **Risques financiers et d'investissement**

  Les entreprises ne démontrant pas de progrès en matière de durabilité peuvent rencontrer des difficultés pour accéder à des financements verts, à des aides publiques ou à des investissements liés à la durabilité.

La sensibilisation n'est pas une fin en soi ; elle permet de prendre des décisions éclairées sur les actions à prioriser, celles qui génèrent le plus de valeur et la manière de démontrer les progrès de façon crédible. La suite de ce programme traduit ces enjeux en outils pratiques, indicateurs et choix de gouvernance permettant de soutenir des modèles économiques résilients, compétitifs et responsables.

Questions de Réflexion et de Discussion

Pertinence stratégique

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

- Dans vos propres mots, pourquoi la durabilité doit-elle désormais être au cœur de votre modèle économique plutôt qu'un simple complément, et où se situe le lien le plus clair avec les revenus, les coûts ou les risques dans votre activité ?

Cartographie des impacts

- Quels impacts environnementaux, sociaux et économiques de votre offre sont les plus significatifs dans votre contexte, et quelles pratiques existantes (le cas échéant) permettent déjà de les atténuer ?

Alignement avec les cadres

- Quels cadres européens ou internationaux (par exemple : Parcours de Transition pour le Tourisme, ODD, GSTC) vous semblent les plus pertinents pour votre entreprise, et comment pourraient-ils orienter vos actions dans les 12 prochains mois ?

Opportunités et risques

- Où identifiez-vous l'opportunité la plus forte à court terme pour différencier votre offre de manière durable, et quel est le principal risque si vous retardez l'action ?

Preuve et crédibilité

- Quel indicateur clé (KPI) pourriez-vous commencer à suivre dès la semaine prochaine pour démontrer des progrès crédibles auprès des clients, du personnel, des partenaires ou des financeurs, et pourquoi ?

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Synthèse du Chapitre

Points à retenir

- La durabilité dans le tourisme est une nécessité stratégique, et non un simple élément marketing ; elle affecte directement les coûts, les revenus, l'exposition aux risques, les talents et la confiance dans la marque.
- Le tourisme est un secteur économique majeur dans l'UE et dominé par les PME, ce qui signifie que les progrès reposent sur des actions pratiques et évolutives plutôt que sur des solutions complexes ou intensives en ressources.
- Le tourisme durable intègre la valeur environnementale, sociale et économique, tandis que le tourisme vert se concentre principalement sur la performance environnementale ; les approches régénératives visent des résultats positifs nets.
- Les activités touristiques génèrent des impacts environnementaux, sociaux et économiques significatifs, notamment des émissions, des pressions sur l'eau et les déchets, des effets sur les communautés et une exposition aux risques climatiques.
- Les cadres européens et internationaux (par exemple le Pacte vert, la Transition Pathway, les ODD, le GSTC) fournissent une orientation commune et de la crédibilité, influençant la réglementation, l'accès au marché et le financement.
- La sensibilisation permet de prioriser : les entreprises doivent d'abord se concentrer sur des actions à fort impact et à court terme qui produisent des améliorations mesurables.
- Transformer la sensibilisation en action nécessite des indicateurs clés simples (par exemple : énergie, eau, gaspillage alimentaire ou émissions par client) afin de démontrer les progrès et d'éviter le greenwashing.

Les concepts et messages introduits dans le chapitre 1 constituent la base des masterclasses à venir, dans lesquelles les PME sont accompagnées à travers des outils pratiques, des méthodes et des applications concrètes. Les masterclasses traduiront ces domaines opérationnels en étapes de mise en œuvre concrètes, adaptées aux besoins et aux capacités des PME du tourisme.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

02

CHAPITRE 2

Développement Durable et Environnement

Chapitre 2 : Développement Durable et Environnement

Titre	**Développement Durable et Environnement**
Acquis d'apprentissage	▪ Identifier l'impact des politiques de développement durable sur les PME du secteur touristique. ▪ Comprendre les principaux domaines d'impact environnemental et social des activités des PME. ▪ Reconnaître l'importance de l'adaptation au changement climatique pour la continuité des activités. ▪ Expliquer pourquoi le développement durable renforce la compétitivité des PME.

Introduction

Le tourisme est un secteur dynamique qui dépend fortement de la qualité de l'environnement, du bien-être social et de la viabilité économique. Cependant, le tourisme contribue également au changement climatique, à l'épuisement des ressources et à la pression exercée sur les communautés locales et les écosystèmes. Le développement durable apporte une réponse stratégique à ces défis en aidant les entreprises touristiques, en particulier les PME, à adopter des modes de fonctionnement qui concilient rentabilité, responsabilité environnementale et résilience à long terme.

Pour les petites entreprises touristiques, la durabilité n'est plus un concept secondaire ni un simple exercice de communication. Elle est de plus en plus liée à la rentabilité, à la gestion des risques, aux exigences réglementaires, au positionnement sur le marché et à l'accès au financement. Les voyageurs sont de plus en plus sensibles à l'impact environnemental, et les marchés touristiques européens évoluent rapidement vers des modèles économiques plus écologiques. Cette transition crée à la fois des opportunités et des obligations pour les PME, qui représentent la majorité du secteur touristique en Europe.

Ce chapitre vise à fournir une base pratique permettant de comprendre comment le développement durable s'applique au tourisme du point de vue des PME. Il explique le contexte politique général qui sous-tend les attentes en matière de durabilité, présente les principales priorités environnementales et sociales pertinentes pour les activités touristiques, et met en évidence les arguments économiques en faveur de l'adoption de pratiques plus respectueuses de l'environnement. Ce chapitre prépare également le terrain pour les prochains ateliers de perfectionnement en expliquant pourquoi la durabilité est non

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

seulement nécessaire sur le plan environnemental, mais aussi stratégiquement avantageuse pour les entreprises touristiques.

De la Politique à la Réalité Économique

Le contexte de la transition écologique

L'Union européenne a placé la durabilité au cœur de sa stratégie économique à long terme. Des initiatives telles que le Pacte vert pour l'Europe, le plan d'action pour l'économie circulaire et les orientations de l'UE en matière de tourisme redéfinissent les attentes concernant la manière dont les entreprises doivent agir en matière de climat, de ressources, d'énergie et de protection de l'environnement.

Ces orientations politiques s'inscrivent dans le sillage de cadres internationaux plus larges, tels que les Objectifs de développement durable des Nations unies et l'Accord de Paris, qui définissent ensemble les attentes à long terme en matière de climat et de durabilité pour le secteur du tourisme.

Ce que ces mesures impliquent pour les PME du secteur du tourisme

Pour les grands opérateurs touristiques, la mise en conformité se traduit souvent par des stratégies de développement durable officielles ou des obligations de reporting. Pour les PME, en revanche, les effets se font sentir de manière plus opérationnelle et immédiate, notamment à travers :

- Une exposition accrue aux coûts de l'énergie, de l'eau et des matières premières
- Des attentes croissantes des visiteurs en matière de services touristiques responsables
- L'accès à des subventions et à des instruments financiers subordonnés à des critères de durabilité
- Des exigences au niveau des destinations liées à des engagements en matière de durabilité
- Des attentes accrues en matière de transparence de la part des intermédiaires et des chaînes d'approvisionnement

Concrètement, cela signifie que le développement durable n'est plus une option. Au contraire, il devient progressivement une norme opérationnelle.

L'importance de la transition écologique dans le secteur du tourisme (pourquoi les PME doivent s'adapter)

Les PME du secteur du tourisme sont particulièrement sensibles à la qualité de l'environnement, aux effets du changement climatique et à la réputation de leur destination. Les entreprises qui s'engagent rapidement dans une démarche de développement durable gagnent en efficacité, se démarquent de la concurrence et renforcent la confiance. Celles qui tardent à agir s'exposent à

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

une augmentation des coûts, à une détérioration de leur réputation et à un risque d'exclusion future du marché ou de non-conformité réglementaire. Le développement durable devient de plus en plus une condition indispensable à la pérennité des entreprises.

Le Développement Durable dans le Tourisme : une Perspective Opérationnelle

On comprend mieux la durabilité du tourisme lorsqu'on la traduit de principes abstraits en domaines concrets de la pratique commerciale. Pour les PME, la durabilité se concrétise davantage à travers les décisions opérationnelles quotidiennes que par le biais de cadres théoriques. Les piliers environnementaux, sociaux et économiques de la durabilité se reflètent ici à travers les domaines opérationnels qui touchent le plus directement les PME du secteur touristique.

L'énergie dans les PME du secteur du tourisme

La consommation d'énergie est l'un des domaines ayant le plus fort impact dans le secteur du tourisme, en particulier dans l'hébergement et les services qui dépendent du chauffage, de la climatisation, de l'éclairage ou des équipements de cuisine. La réduction de la demande énergétique grâce à des mesures d'efficacité énergétique peut permettre de réaliser des économies immédiates tout en réduisant les émissions. Le passage des combustibles fossiles aux énergies renouvelables renforce encore la résilience et aligne les entreprises sur les objectifs climatiques à long terme. Même des améliorations à petite échelle, telles qu'une meilleure isolation, l'éclairage LED ou des thermostats intelligents, peuvent générer des avantages financiers pour les PME.

Gestion de l'eau

La pénurie d'eau et l'approvisionnement irrégulier constituent des défis de plus en plus courants pour les destinations touristiques, en particulier celles touchées par le stress climatique ou les pics de demande saisonniers. Les PME peuvent atténuer cette pression grâce à des mesures peu coûteuses, telles que l'installation d'équipements économes en eau, la mise en place d'un système de détection rapide des fuites, la sensibilisation des clients à un comportement responsable et le suivi des habitudes de consommation. Une gestion efficace de l'eau protège les entreprises contre la vulnérabilité face aux pénuries et à la hausse des tarifs des services publics, tout en contribuant à la durabilité globale de la destination.

Déchets

Le tourisme génère une grande variété de déchets. Cela comprend les déchets alimentaires, les emballages à usage unique, les produits d'entretien et les déchets généraux liés au roulement des clients. Réduire l'intensité matérielle, privilégier les alternatives réutilisables et trier les flux de déchets permet de réduire considérablement l'impact environnemental. Ces mesures permettent également de réduire les coûts d'élimination et constituent le fondement de pratiques d'économie circulaire plus avancées, qui seront abordées plus en détail dans les masterclasses.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Mobilité et accessibilité

La mobilité a une incidence tant sur l'empreinte environnementale du tourisme que sur le caractère inclusif de l'expérience des visiteurs. Si les PME n'ont aucune prise sur les transports longue distance, elles peuvent en revanche influencer les choix de déplacement locaux en communiquant sur les différentes options, en organisant leurs services et en collaborant avec des partenaires locaux. Fournir des informations sur les itinéraires piétonniers, les transports publics, les services de navette ou la location de vélos encourage les choix de mobilité à faible impact. Garantir l'accessibilité favorise également l'inclusion sociale et élargit la clientèle.

Pour les PME, les enjeux liés à la mobilité comprennent :

- la collaboration avec les opérateurs de transport locaux,
- la mise à disposition de solutions alternatives à l'utilisation de la voiture particulière pour les visiteurs,
- la mise en place d'infrastructures favorisant la marche et le vélo, ou l'accès à celles-ci,
- la garantie que les solutions de mobilité restent accessibles à tous les usagers.

Nature et biodiversité

De nombreuses expériences touristiques s'ancrent dans des paysages naturels, des écosystèmes ou des environnements culturels. La perte de biodiversité, la dégradation des sols et une gestion inadéquate des flux de visiteurs peuvent nuire à l'attractivité des destinations et porter atteinte aux moyens de subsistance locaux. Les PME peuvent protéger le capital naturel en gérant l'utilisation des ressources de manière responsable, en évitant de perturber les zones sensibles et en soutenant les initiatives environnementales locales. En jouant le rôle de gardiens du territoire, les entreprises renforcent leur lien avec la région dont elles dépendent.

Les PME peuvent contribuer à la préservation de la biodiversité en :

- s'approvisionner en denrées alimentaires et en produits auprès de fournisseurs pratiquant l'agriculture régénérative ou locaux,
- protéger les espaces naturels autour des sites touristiques,
- réduire la pollution sonore et lumineuse qui affecte la faune sauvage,
- Collaborer avec des ONG environnementales ou des initiatives locales de préservation de la nature.

Valeur locale et bien-être communautaire

Une entreprise touristique contribue au développement durable non seulement par ses performances environnementales, mais aussi par ses relations avec la communauté d'accueil. Les PME renforcent la durabilité sociale lorsqu'elles emploient de la main-d'œuvre locale, collaborent avec des fournisseurs locaux et respectent l'authenticité culturelle. Ces actions renforcent l'identité de la destination, instaurent la confiance au niveau local et garantissent que

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

les bénéfices du tourisme sont partagés plutôt que captés. Dans de nombreuses régions, la bonne volonté de la communauté est également un facteur clé pour la pérennité et la réputation des entreprises.

Pour les PME, cela peut impliquer :

- Le recrutement local et développement des compétences
- Des partenariats avec les producteurs et artisans locaux
- La promotion de l'authenticité culturelle et du patrimoine
- La collaboration transparente avec les acteurs locaux

Cette dimension relie la durabilité environnementale à la légitimité sociale et à la cohésion de la destination.

L'Adaptation au Changement Climatique dans les PME du Secteur du Tourisme

Le changement climatique n'affecte pas seulement les systèmes mondiaux, mais aussi les activités quotidiennes des PME du secteur du tourisme. Contrairement à l'atténuation, qui vise à réduire les émissions, l'adaptation consiste à faire face aux effets qui se manifestent déjà ou qui devraient s'intensifier.

Pourquoi l'adaptation est-elle importante pour les PME ?

Le secteur du tourisme est très sensible aux aléas climatiques. Les températures extrêmes, les pénuries d'eau, les tempêtes et les perturbations écologiques ont toutes un impact direct sur la continuité des activités. Les PME disposent de moins de réserves financières que les grandes entreprises, ce qui rend l'adaptation indispensable à la gestion des risques. Dans ce contexte, l'adaptation devient non seulement une responsabilité environnementale, mais aussi une condition de la résilience économique.

Les risques courants pour les PME du secteur du tourisme sont notamment les suivants :

- Le stress thermique nuit au confort des visiteurs et fait grimper les coûts de climatisation
- La pénurie d'eau compromet la fiabilité de l'approvisionnement, en particulier pendant la haute saison
- Les inondations ou les tempêtes endommagent les infrastructures ou perturbent l'accès
- Les risques d'incendies de forêt menacent la sécurité et l'image de la destination
- L'érosion et la dégradation du paysage réduisent l'attrait de la région
- Le déclin des écosystèmes affecte la qualité du tourisme axé sur la nature

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Dans ce contexte, l'adaptation n'est pas seulement une question environnementale, mais aussi un élément stratégique de la gestion des risques et de la continuité des activités.

Mesures d'adaptation pratiques

Les PME peuvent mettre en œuvre des stratégies d'adaptation réalistes, peu coûteuses et adaptées à leur taille et à leur niveau d'exposition. L'accent est mis sur la protection concrète et la continuité des activités, et non sur des investissements à grande échelle dans les infrastructures.

Domaine d'impact	Exemples de mesures d'adaptation pour les PME
Chaleur croissante	Structures d'ombrage, conception favorisant le refroidissement passif, amélioration de la ventilation et adaptation des horaires d'ouverture
Pénurie d'eau	Réservoirs de stockage, équipements permettant d'économiser l'eau, aménagements paysagers résistants à la sécheresse et sensibilisation des clients
Inondations / tempêtes	Amélioration du drainage, mise en place de barrières de protection, déplacement des équipements sensibles et protocoles d'urgence
Risque de feu de forêt	Zones tampons végétalisées, périmètres de sécurité, signalisation d'évacuation et coordination avec les autorités
Dégradation de la nature	Soutenir les mesures de restauration, réduire les perturbations dans les zones sensibles et favoriser un approvisionnement durable

Ces mesures aident les PME à préserver leurs services essentiels, à maintenir la qualité de l'expérience client et à faire preuve de responsabilité en faveur de la résilience des destinations.

L'adaptation comme atout stratégique

L'adaptation n'est pas seulement une réponse aux risques ; elle peut également renforcer la compétitivité. Les destinations touristiques privilégient de plus en plus les opérateurs capables de garantir la continuité du service, de protéger les atouts locaux et de contribuer aux efforts de résilience climatique. Les PME qui adoptent de manière proactive des mesures d'adaptation sont perçues comme des partenaires plus fiables par les intermédiaires, les gestionnaires de destinations et les visiteurs.

L'adaptation renforce également la réputation. Une entreprise qui protège son environnement naturel, gère les risques climatiques de manière responsable et veille au bien-être de ses clients se positionne comme une entité tournée vers l'avenir et digne de confiance. Cela renforce la valeur de la marque et consolide les liens avec les autorités locales et les parties prenantes œuvrant à la réalisation d'objectifs de durabilité. En ce sens, l'adaptation est à la fois une stratégie de résilience et un facteur de différenciation sur le marché, aidant les PME à rester viables et attractives alors que les pressions environnementales s'intensifient.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Les Arguments Économiques en Faveur du Développement Durable dans les PME du Secteur du Tourisme

Pour les PME du secteur du tourisme, la durabilité ne se résume pas à une simple question de conformité ou d'éthique ; elle est étroitement liée à la compétitivité, au positionnement sur le marché, à la réduction des risques et à la viabilité à long terme. À mesure que les attentes des consommateurs évoluent et que les destinations privilégient une croissance responsable, les entreprises qui intègrent la durabilité dans leurs pratiques sont mieux placées pour capter la demande et gagner la confiance des parties prenantes.

Rentabilité et stabilité des ressources

Les coûts de l'énergie, de l'eau et des matières premières augmentent partout en Europe. Les mesures d'efficacité permettent de réduire les dépenses d'exploitation à long terme et rendent les PME moins vulnérables à la volatilité des marchés. Même de légers changements dans la gestion des ressources peuvent générer des retombées financières durables.

Différenciation sur le marché et réputation

Les voyageurs privilégient de plus en plus les prestataires qui font preuve de responsabilité environnementale et sociale. Le développement durable peut donc constituer une stratégie de différenciation, synonyme de qualité, de respect du territoire et d'adhésion aux nouvelles valeurs touristiques. Il renforce la confiance et accroît la visibilité au sein des réseaux de destinations et des chaînes d'approvisionnement.

Continuité des activités et réduction des risques

En anticipant les risques liés au climat, à la réglementation et au marché, les PME soucieuses du développement durable préservent la continuité de leurs activités. L'adaptation et la gestion responsable de l'environnement renforcent leur résilience et réduisent les risques pour leur réputation. Les entreprises touristiques qui ne parviennent pas à s'adapter risquent d'être exclues des futures chaînes de valeur ou des stratégies de destination.

Questions de Réflexion

- Quels sont les principaux facteurs de pression sur les ressources dans mes activités ?
- Quels risques environnementaux ou climatiques pourraient affecter la continuité de mes services ?
- Quelles mesures en faveur du développement durable pourraient également permettre de réduire les coûts ou d'améliorer l'expérience client ?
- Avec quels acteurs locaux pourrais-je collaborer pour faire avancer le changement ?

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Ces « points d'entrée » sont davantage conceptuels que techniques. Ils aident les PME à se familiariser avec les outils pratiques et les méthodologies qui seront abordés lors des ateliers du WP3 et à s'y préparer.

Synthèse du Chapitre

Points à retenir

- Pour les PME du secteur du tourisme, les politiques de développement durable ne constituent pas de simples cadres théoriques, mais des attentes concrètes sur le plan opérationnel.
- La performance environnementale, l'adaptation au changement climatique et la création de valeur locale sont des facteurs interdépendants qui favorisent la résilience et la compétitivité.
- Le développement durable devient de plus en plus une condition préalable à l'accès au marché, à la réputation et aux opportunités de partenariat.
- Le suivi d'indicateurs de base aide les PME à anticiper des améliorations futures sans se compliquer la tâche dans l'immédiat.
- La prochaine étape consiste à passer de la compréhension à la mise en pratique grâce aux masterclasses.

Les concepts et les messages présentés au chapitre 2 constituent la base des prochains ateliers de perfectionnement, au cours desquels les PME seront guidées à travers des outils pratiques, des méthodes et des applications concrètes. Ces ateliers traduiront ces domaines opérationnels en étapes de mise en œuvre concrètes, adaptées aux besoins et aux capacités des PME du secteur touristique.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

03

CHAPITRE 3

Recueil d'études de cas

Chapitre 3 : Recueil d'études de cas

Introduction

Les études de cas présentées dans ce chapitre illustrent la mise en œuvre concrète du tourisme durable. Alors que le chapitre 1 aborde les principes fondamentaux du tourisme et du tourisme durable, notamment les définitions, les tendances du secteur et sa contribution à l'économie de l'UE, et que le chapitre 2 explore les concepts de développement durable, de gestion environnementale et de transition écologique, ce chapitre passe de la théorie à la pratique. Il met en évidence la manière dont les principes de durabilité sont mis en œuvre avec succès par des organisations dans divers contextes et à différentes échelles.

Chaque étude de cas présente des approches structurées en matière de développement durable mises en œuvre par des PME, des coopératives, des réseaux, des ONG et des pouvoirs publics, qui cherchent à concilier la protection de l'environnement, la valeur sociale et la viabilité économique. Ces exemples montrent comment divers acteurs traduisent leurs engagements stratégiques en matière de développement durable en actions concrètes et mesurables, ancrées au niveau local. Ils illustrent comment une collaboration structurée, l'innovation et l'implication des parties prenantes peuvent générer des résultats tangibles en matière de développement durable.

Partout en Europe, les acteurs du secteur du tourisme ont mis en place des mesures telles que :

- Ils ont mis en place des systèmes de gestion environnementale et obtenu des certifications écologiques.
- Ils ont tissé des réseaux ancrés dans la communauté, réinvestissant ainsi leurs ressources financières et leur énergie dans le patrimoine local et le bien-être des habitants.
- Ils ont développé des offres touristiques à faible impact, proposant notamment un mélange d'activités terrestres, maritimes et culturelles, des visites guidées éducatives et des circuits culturels qui laissent une empreinte écologique réduite.
- Ils veillent à ce que les visiteurs et les habitants s'informent davantage sur le développement durable, transformant ainsi la sensibilisation en action.
- Et ils ont réuni des acteurs publics et privés, s'assurant ainsi que leurs efforts aient un impact durable dans la région.

Ce chapitre fait le lien entre la théorie du tourisme durable et la réalité sur le terrain. Il montre qu'il n'existe pas de voie unique pour rendre le tourisme plus durable : les moyens d'y parvenir sont multiples. La transformation durable passe par une planification structurée, une gouvernance inclusive et une mobilisation coordonnée des parties prenantes.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Ecotourisme

L'écotourisme désigne un tourisme responsable dans les espaces naturels qui privilégie la conservation, le bien-être des communautés et l'éducation à l'environnement. En Europe, il constitue souvent un véritable moteur pour les zones rurales et les zones protégées. Lorsqu'il est géré de manière stratégique, l'écotourisme peut soutenir les objectifs de conservation tout en renforçant les économies rurales. Les exemples suivants illustrent comment l'écotourisme peut intégrer la conservation, la participation communautaire et des pratiques touristiques innovantes. Ils démontrent que la gestion responsable de l'environnement et la performance économique ne s'excluent pas mutuellement ; lorsqu'elles sont stratégiquement alignées, elles peuvent se renforcer et se compléter mutuellement.

1 Bonne pratique 1 :

[Insérez le logo du projet/de l'initiative ou toute autre image illustrant cette bonne pratique]

Titre	Réseau d'écotourisme du Burren (BEN)
Pays	*Irlande*
Organisateur/ Prestataire /Secteur	• Réseau de PME, d'associations et d'organismes publics • Opérateur touristique • Collaboration avec les pouvoirs publics
Résumé	Le Réseau d'écotourisme du Burren regroupe plus de 60 entreprises touristiques issues du Géoparc mondial de l'UNESCO du Burren et des Falaises de Moher. Le réseau vise à intégrer systématiquement la durabilité dans les activités quotidiennes des entreprises, plutôt que de la considérer comme un simple argument promotionnel. Tous les membres du réseau respectent le Code de bonnes pratiques du géoparc pour un tourisme durable. Ce code fournit des orientations structurées couvrant l'énergie, l'eau, les déchets, la conservation, l'engagement communautaire et l'éducation des visiteurs. Des formations et des outils d'auto-évaluation sont proposés pour aider les acteurs à rester sur la bonne voie. Le réseau collabore avec des initiatives du géoparc telles que « Leave No Trace » (Ne laissez aucune trace) afin de promouvoir un comportement responsable chez les visiteurs et de renforcer la gestion responsable de l'environnement. En conséquence, la collaboration entre les entreprises s'est renforcée, tandis que les impacts environnementaux ont été réduits et le patrimoine local mis en valeur.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Contexte et défi	Les petites entreprises ne disposaient pas d'outils coordonnés, d'indicateurs communs ni d'un discours cohérent en matière de développement durable susceptible de soutenir leur positionnement sur le marché. Pas d'outils concrets, pas de stratégie commune, rien pour les aider à réduire leur impact ou à élaborer un discours convaincant sur le développement durable. Et à cause de tout cela, pénétrer de nouveaux marchés semblait presque impossible.
Objectifs	Aider les entreprises à mieux respecter l'environnement, les encourager à réinvestir dans le patrimoine local et créer une destination qui se distingue par son caractère durable. Un lieu que les gens reconnaissent comme étant à la fois compétitif et véritablement engagé dans la préservation de ce qui compte vraiment.
Approches / Mesures prises	Le Geopark LIFE et ses partenaires ont élaboré un code de bonnes pratiques très concret. Ils proposent des formations pour aider à définir des références et des objectifs en matière d'énergie, d'eau et de déchets. Des audits réguliers permettent de s'assurer que tout le monde reste sur la bonne voie, et la procédure à suivre pour obtenir des labels délivrés par des organismes tiers est clairement définie. Pour rejoindre le réseau, il faut respecter le code et utiliser correctement l'image de marque de la destination ; ainsi, les efforts de chacun ont un réel impact.
Résultats	• **Environnement** : Le code de bonnes pratiques met l'accent sur la gestion de l'énergie et de l'eau, le traitement des déchets et l'entretien du paysage. Le principe « Ne laissez aucune trace » est intégré à la formation afin que les participants l'apprennent et le mettent en pratique. • **Social** : Des liens solides se sont tissés entre les membres de la communauté du géoparc, et tout le monde travaille ensemble et s'entraide pour progresser. Les occasions de réseautage, de développement des compétences et d'apprentissage sont nombreuses pour les visiteurs. • **Économique** : Les membres du BEN s'associent pour le marketing, ce qui aide chacun à se démarquer. Cette approche renforce les petites entreprises locales et permet de maintenir l'activité touristique tout au long de l'année, et pas seulement pendant les mois de forte affluence.
Recommandations /Enseignements tirés	• *Partagez des approches concrètes qui ont fait leurs preuves pour les PME.* • *Assurez-vous que tout le monde adhère à un ensemble de directives communes.* • *Proposez des formations pratiques que les participants pourront réellement mettre en application.* • *Suivez vos progrès et comparez les résultats pour identifier ce qui fonctionne.* • *Fixez un calendrier précis pour répondre aux normes de certification reconnues et respectez-le.*

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Site internet	*https://www.burrengeopark.ie/sustainable-tourism/code-of-practice/*
Justification du choix	BEN montre comment un code applicable à l'ensemble d'une destination, soutenu par des actions de formation et de suivi, peut généraliser la durabilité parmi de nombreux petits opérateurs, ce qui en fait un modèle évolutif pour les régions rurales.

Questions de Réflexion Personnelle

1. Quelles sont les données minimales que les PME doivent collecter pour évaluer de manière fiable les impacts initiaux ?
2. Comment un code de destination peut-il encourager les micro-entreprises plutôt que de leur imposer un fardeau ?
3. Quelles certifications tierces conviennent le mieux aux petits opérateurs ruraux ?

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

2 Bonne pratique 2 :

Titre	L'écotourisme dans les Picos de Europa
Pays	*Espagne*
Organisateur/ Prestataire /Secteur	● Autorités publiques ● PME, associations ● Opérateurs touristiques
Résumé	Le projet « Ecoturismo en Picos de Europa : Destino Onís » a vu le jour en plein cœur d'Onís, une petite enclave rurale des Asturies nichée au sein des Picos de Europa. L'idée est de s'éloigner de la foule et du bruit habituels pour se concentrer sur un tourisme qui profite réellement aux habitants. L'objectif est de redéfinir le tourisme à travers un cadre de développement durable ancré dans la communauté. Les petites entreprises locales ont ainsi une véritable chance de se démarquer. Le plan les encourage à rejoindre le réseau « Soy Ecoturista », mais uniquement si elles respectent l'environnement, valorisent les traditions locales et veillent à ce que les bénéfices restent réellement au niveau local. Elles mettent en place des randonnées guidées dans la nature, mettent en avant la gastronomie locale – en particulier le fromage Gamonéu, qui se vend pratiquement tout seul – et repensent les modes de déplacement afin que tout fonctionne de manière plus propre et plus intelligente. L'initiative met l'accent sur la participation communautaire et l'engagement des parties prenantes. Onís illustre comment l'écotourisme peut être mis en œuvre avec succès dans des destinations rurales de montagne. Cela montre comment la protection de l'environnement, la préservation culturelle et le développement économique peuvent être favorisés simultanément grâce à une planification intégrée des destinations.
Contexte et défi	Onís est situé au cœur des Picos de Europa, une région caractérisée par une riche biodiversité, des traditions pastorales ancestrales et des communautés montagnardes qui ont longtemps été géographiquement isolées. Ces dernières années, cependant, la région a commencé à subir une pression touristique croissante. Les flux de visiteurs provenant d'attractions populaires situées à proximité, telles que les lacs de Covadonga, s'étendent de plus en plus à la commune, ce qui crée de nouveaux défis en matière de gestion. Parallèlement, de nombreuses entreprises locales restent fortement dépendantes du tourisme saisonnier, ce qui se traduit par des revenus fluctuants et une stabilité économique limitée en dehors des périodes de pointe.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Objectifs	Orienter le tourisme vers une nouvelle voie : moins d'impact, plus de valeur réelle. L'initiative visait à renforcer les liens avec le patrimoine et les traditions agro-pastorales, tout en donnant aux entreprises locales les moyens de se développer d'une manière qui profite réellement à la communauté. L'objectif était de développer des produits écotouristiques en phase avec la protection de la biodiversité, le patrimoine culturel et une mobilité à faible impact. Les visiteurs contribueraient ainsi à protéger la biodiversité, opteraient pour des modes de déplacement plus écologiques et éviteraient les sites touristiques habituellement bondés. Ils pourraient alors explorer les Picos de Europa grâce à des options qui laissent une empreinte écologique plus légère et offrent une expérience différente du tourisme de masse.
Approches / Mesures prises	Onís s'est associé à des entreprises locales, des ONG et les autorités régionales pour mettre en œuvre un vaste plan d'écotourisme. Le projet combinait une planification stratégique avec des mesures de mise en œuvre concrètes, soutenues par des formations structurées et des investissements. En quatre ans, ils ont organisé plus de 200 heures de formation pour les entreprises locales, couvrant des thèmes allant de la durabilité aux compétences numériques en passant par l'accessibilité. Ils ont aidé les petites entreprises à rejoindre le Club de Ecoturismo en España, ce qui a considérablement renforcé la crédibilité du tourisme local. Ils ont également tracé de nouveaux itinéraires thématiques mettant en valeur la biodiversité de la région, ses anciennes traditions pastorales et le célèbre fromage local. En outre, ils ont investi dans des moyens de transport respectueux de l'environnement, tels que des pistes cyclables et une navette électrique pour les visiteurs. Ils ont modernisé la signalisation, rénové les centres d'accueil et élaboré de nouveaux guides pour aider les visiteurs à s'imprégner pleinement du lieu. Tout cela a propulsé Onís sous les feux de la rampe en tant que destination de choix pour le tourisme durable dans les Picos de Europa.
Résultats	• ***Environnement*** *: Le réseau de sentiers aménagés permet de soulager la pression sur les zones fragiles, contribue à la protection des habitats et permet aux visiteurs d'explorer la région sans causer de dommages importants.* • ***Social*** *: Lorsque les habitants animent eux-mêmes des activités, comme des visites autour de la fabrication du fromage, des randonnées avec un berger ou l'observation de la faune, cela renforce la fierté communautaire et permet de perpétuer les traditions. Les habitants participent activement à l'élaboration des expériences et guident les visiteurs, ce qui leur permet de développer leurs compétences et de s'approprier pleinement le processus.* • ***Économique*** *: Les revenus ruraux augmentent à mesure que les activités se diversifient ; pensez aux visites guidées dans la nature, à la vente de produits locaux ou à la certification de petites entreprises. Il ne s'agit pas seulement d'attirer plus de visiteurs, mais de faire en sorte que chaque visite compte.*

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Recommandations /Enseignements tirés	• *Commencez par établir un plan d'action solide pour votre destination et obtenez la certification Soy Ecoturista. Celle-ci définit des critères clairs, propose une formation concrète et confère à votre projet une crédibilité sur le marché.* • *Concevez des expériences autour de thèmes qui allient nature, culture et produits locaux : ainsi, les visiteurs profiteront davantage de leur séjour et s'en souviendront longtemps.* • *Impliquez la communauté locale. Associez-la dès le début. Son soutien est essentiel si vous souhaitez que votre projet s'inscrive dans la durée.*
Site internet	*https://www.onisecoturismo.es/*
Justification du choix	C'est un excellent exemple de la manière dont les pouvoirs publics montrent la voie en matière d'écotourisme dans une zone naturelle protégée et de grande valeur. Les petites entreprises locales s'impliquent également : fromagers, bergers et personnes travaillant dans les pâturages, par exemple. La conservation joue un rôle central, avec un accent mis sur la biodiversité et l'observation des espèces. Il existe même des infrastructures pour un tourisme à faible impact, ainsi qu'une aide à l'obtention de certifications. Dans l'ensemble, cela montre comment les zones rurales peuvent s'orienter vers un tourisme durable d'une manière qui fonctionne réellement et qui peut être reproduite ailleurs.

Questions de Réflexion Personnelle

1. Quels indicateurs la destination et les PME participantes devraient-elles suivre pour évaluer les résultats en matière de conservation, d'avantages pour la communauté et de résilience économique ?
2. Comment intégrer le patrimoine local (production fromagère, élevage ovin, faune locale, etc.) dans les expériences des visiteurs sans le transformer en produit commercial ni lui faire perdre son authenticité ?
3. Quelles stratégies de gestion des visiteurs (circulation, signalisation, mobilité, etc.) sont les plus efficaces pour prévenir la dégradation de l'environnement dans les écosystèmes de montagne ?

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Tourisme Culturel

Le tourisme culturel s'articule autour de la mise en valeur et de la découverte du patrimoine matériel et immatériel, notamment l'architecture, les traditions, la gastronomie et les industries créatives. Il rassemble les gens, aide les communautés à préserver leur identité et suscite de véritables échanges entre les habitants et les visiteurs. Lorsqu'il est bien mené, le tourisme culturel ne se contente pas de protéger le patrimoine : il permet aux habitants de façonner l'histoire et d'en tirer un réel bénéfice. Vous trouverez de nombreux endroits à travers l'Europe qui adoptent des approches novatrices, en utilisant leur patrimoine et leurs industries créatives pour construire un avenir plus inclusif, innovant et durable. Les études de cas suivantes illustrent comment ces approches sont mises en œuvre dans la pratique.

3 Bonne pratique 3:

Titre	Les Maisons du Voyage
Pays	*France*
Organisateur/ Prestataire /Secteur	● Agence de voyage - PME
Résumé	Les Maisons du Voyage est une agence de voyage française spécialisée dans les voyages sur mesure et les aventures en petits groupes, non seulement en France, mais partout dans le monde. L'agence se distingue par son fort engagement en faveur d'expériences de voyage immersives sur le plan culturel et éthique. Ses voyages sont conçus pour mettre en valeur le patrimoine, la nature et les communautés locales. Cet engagement est officialisé par la certification « Agir pour un Tourisme Responsable » (ATR).

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Contexte et défi	Depuis des décennies, Les Maisons du Voyage conçoit des voyages qui ont un véritable sens. L'entreprise privilégie les expériences de voyage immersives qui favorisent un engagement profond avec les cultures et les communautés locales. Depuis 1991, elle est devenue experte dans la conception de voyages personnalisés, aidant les voyageurs à tisser de véritables liens avec les lieux et les communautés qu'ils visitent. Son engagement en faveur du voyage responsable ne se limite pas à de belles paroles : il est attesté par la certification ATR et un partenariat de longue date avec la Fondation GoodPlanet, qui soutient des projets ayant un réel impact social et environnemental à travers le monde. Proposer des produits de voyage long-courriers responsables présente des défis environnementaux et opérationnels mesurables. Créer des circuits de haute qualité et responsables demande énormément d'efforts, et le monde du voyage peut changer du jour au lendemain. Les Maisons du Voyage prouvent qu'une petite entreprise passionnée peut intégrer la durabilité dans son travail quotidien, même lorsque les défis de l'industrie du tourisme s'intensifient.
Objectifs	Les Maisons du Voyage souhaitent que les voyageurs découvrent les cultures locales et tissent de véritables liens avec les populations et les traditions qu'ils rencontrent. L'organisation privilégie la conception de voyages éthiques, fondés sur des principes de responsabilité environnementale et sociale. Pour elle, la durabilité n'est pas qu'un simple mot à la mode ; elle est au cœur de toutes ses activités, de la conception de voyages sur mesure au choix des bons partenaires. L'organisation a pour objectif de concevoir des voyages qui ont un impact positif tant pour les voyageurs que pour les destinations qu'ils visitent. En plus de concevoir des expériences de voyage responsables, l'organisation soutient également des programmes environnementaux et sociaux plus larges. Les Maisons du Voyage s'implique également dans des projets d'envergure, tels que la reforestation, l'agroforesterie et le renforcement des communautés. Elle estime que le voyage peut faire bien plus qu'ouvrir les esprits ; il peut réellement changer les choses. Pour elle, le tourisme culturel ne doit pas nécessairement choisir entre gagner de l'argent et agir de manière responsable. Il est possible de concilier les deux.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Approches / Mesures prises	En 2020, Les Maisons du Voyage ont officialisé leur engagement en faveur du tourisme responsable en obtenant le label ATR, certifié par Ecocert. Pour leurs clients et leurs partenaires, cela a transformé leurs valeurs de longue date en une véritable promesse vérifiée. Cet engagement a été institutionnalisé par la création d'une fonction interne dédiée au développement durable, chargée de la gouvernance et de la transparence. Depuis 2017, l'entreprise s'est associée à la Fondation GoodPlanet pour soutenir des projets partout dans le monde. On peut citer, par exemple, des projets d'agroforesterie en Équateur, le soutien à des initiatives d'agriculture familiale en Éthiopie et des programmes de conservation des forêts au Pérou. Leur impact dépasse largement le simple cadre du tourisme. En matière de voyages, ils conçoivent leurs circuits pour favoriser de véritables échanges culturels et des expériences en petits groupes. Ils souhaitent que les voyageurs tissent des liens avec les communautés locales et respectent le patrimoine, en privilégiant toujours la qualité et l'authenticité plutôt que le tourisme de masse. De plus, ils partagent une charte éthique avec les voyageurs, encourageant chacun à voyager de manière responsable. Pour eux, la durabilité n'est pas seulement une politique : elle est intégrée à chaque étape du voyage.
Résultats	● ***Environnement*** *: cela incite les gens à réfléchir à l'impact de leurs choix de voyage sur la planète. Cela met en avant des destinations et des activités respectueuses de l'environnement – pensez aux gîtes écologiques, à la protection des espèces menacées ou à la collaboration avec des ONG locales. Cela encourage également les voyageurs à ralentir le rythme et à privilégier des modes de déplacement plus doux.* ● ***Social*** *: Il s'agit d'un véritable échange culturel et du respect des traditions locales. Le tourisme devient un moyen de favoriser la compréhension, la tolérance et l'inclusion sociale. Les voyageurs ont l'occasion de s'immerger dans les cultures locales et de tisser des liens avec les communautés.* ● ***Économique*** *: Il stimule les économies locales en créant une demande pour des expériences qui semblent véritablement authentiques. Les fournisseurs locaux en bénéficient également. De plus, cela montre que la durabilité n'est pas seulement bonne pour la planète : c'est aussi une stratégie commerciale solide.*
Recommandations /Enseignements tirés	● *Obtenez une certification en matière de tourisme responsable.* ● *Mettez en place une équipe interne dédiée au développement durable qui a réellement à cœur de faire bouger les choses.* ● *Collaborez avec des organisations en qui vous avez confiance, des professionnels qui savent ce qu'ils font.* ● *Créez des expériences authentiques qui rapprochent les voyageurs et les communautés locales.* ● *Montrez aux voyageurs comment voyager de manière responsable et impliquez-les dans cette démarche.*
Site internet	*https://www.maisonsduvoyage.com/*

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Justification du choix	Cette agence intègre le développement durable dans toutes ses activités. Ses voyages ne se limitent pas à la simple visite touristique : ils sont conçus pour permettre aux voyageurs de découvrir la culture locale, de nouer de véritables liens avec les habitants et de laisser une empreinte positive. Elle adhère au label « Agir pour un Tourisme Responsable », qui n'est pas qu'une simple case à cocher. Cela signifie qu'elle veille en même temps à l'environnement, soutient les communautés locales et respecte le patrimoine local. Leur approche globale prouve qu'il est possible de diriger une agence de voyage qui offre aux voyageurs une expérience authentique, aide les lieux qu'ils visitent, tout en veillant à la préservation de la nature et des traditions.

Questions de Réflexion Personnelle

1. Comment un prestataire touristique peut-il concilier l'offre d'expériences authentiques et riches sur le plan culturel avec la responsabilité environnementale et sociale ?
2. Quelles mesures une entreprise peut-elle prendre pour officialiser ses engagements en matière de développement durable, par exemple en obtenant des certifications, en élaborant des politiques internes ou en nouant des partenariats stratégiques ?
3. Comment inciter les voyageurs à adopter des comportements responsables qui soutiennent les communautés locales et protègent l'environnement ?

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

4 Bonne pratique 4 :

Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu

Titre	Musée en plein air de Mazovie à Sierpc – Patrimoine vivant et tourisme durable
Pays	*Pologne*
Organisateur/ Prestataire /Secteur	● Musée public / Institution culturelle
Résumé	Le Musée en plein air de Mazovie, situé à Sierpc, adopte un modèle d'interprétation du patrimoine immersif qui recrée la vie rurale mazovienne dans son contexte paysager historique. Grâce à des expositions interactives et à des ateliers d'artisanat local, il donne vie à l'histoire. Le musée privilégie les matériaux locaux et les produits alimentaires régionaux, tout en soutenant les artisans locaux et en mettant en avant des modes de vie traditionnels et durables. Cette approche montre comment le tourisme culturel peut concilier responsabilité environnementale et engagement communautaire. Le Musée de la campagne de Mazovie pousse cette idée encore plus loin. Il s'efforce de maintenir les traditions locales en vie et de les partager de manière authentique. Il intègre le musée dans son environnement naturel, en limitant son empreinte écologique, et mise pleinement sur l'implication de la communauté. Grâce à l'éducation et en encourageant un tourisme responsable, il veille à ce que l'accent reste mis sur la préservation de ce qui compte : tant la culture que le territoire.
Contexte et défi	Le Musée de la campagne de Mazovie, situé à Sierpc, a été fondé en 1971, à une époque où les anciens modes de vie ruraux de la Mazovie étaient en train de disparaître rapidement. L'architecture rurale traditionnelle, les systèmes de production artisanale et les pratiques culturelles immatérielles étaient menacés de disparition en raison des changements démographiques et structurels. Le musée s'est attelé à une tâche difficile. Il ne s'agissait pas seulement de sauver des bâtiments. Il s'agissait de préserver l'ensemble du tableau : la terre, l'agencement, l'esprit de la vie des gens. Lorsque vous visitez le musée, vous ne voyez pas seulement des objets : vous découvrez véritablement la vie quotidienne et les traditions de la campagne de Mazovie, telles qu'elles étaient réellement.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Objectifs	Le musée souhaite préserver l'architecture locale et les traditions populaires. Il reconstitue un ancien village, pièce par pièce, afin que les visiteurs puissent plonger dans le passé et découvrir à quoi ressemblait la vie à la campagne autrefois. Les visiteurs apprennent grâce à des expositions interactives, des ateliers et toutes sortes d'événements saisonniers. Le musée met l'accent sur une véritable éducation : il ne se contente pas d'exposer des objets, mais montre concrètement comment ils fonctionnaient. Et plutôt que de transformer le patrimoine en une simple attraction touristique de plus, le musée s'efforce de protéger et de redonner vie à la culture locale, en veillant à ce que le tourisme profite à la communauté au lieu de simplement l'exploiter.
Approches / Mesures prises	Le musée fait revivre l'histoire en déplaçant et en reconstruisant d'anciens bâtiments, en les remplissant d'objets traditionnels et en conservant l'atmosphère d'un véritable village de Mazovie. On y voit bien plus que de simples murs : on y trouve des jardins, des vergers, des champs et des animaux, le tout s'intégrant harmonieusement au paysage. Ces éléments vivants perpétuent les traditions d'antan tout en contribuant à la préservation de l'environnement. Les visiteurs ne se contentent pas de regarder : ils participent. Des fêtes saisonnières, des ateliers pratiques et des démonstrations d'artisanat attirent les gens et les intègrent à l'histoire. C'est un lieu où l'on commence à vraiment comprendre pourquoi ce patrimoine est important, et d'où l'on repart avec l'envie de le protéger. Le musée préserve l'authenticité, mais n'exclut pas les visiteurs. Les sentiers, les panneaux et les installations facilitent l'exploration, sans pour autant nuire à l'expérience authentique. C'est un endroit où le tourisme ne se contente pas de préserver le passé : il fait vivre les traditions et crée des liens entre les gens et la communauté.
Résultats	● ***Environnement*** *: promotion de matériaux traditionnels à faible impact environnemental et de pratiques agricoles durables.* ● ***Social*** *: préservation du patrimoine culturel immatériel, sensibilisation à la vie rurale et participation communautaire.* ● ***Économique*** *: approvisionnement local, emploi des artisans et promotion des produits régionaux.*
Recommandations /Enseignements tirés	● *La reconstruction et la relocalisation comme stratégie de conservation.* ● *Patrimoine vivant et participation.* ● *Un modèle de tourisme durable conciliant authenticité et besoins des visiteurs.* ● *La pérennité culturelle grâce à l'engagement.* ● *Usage polyvalent : musée, centre éducatif, lieu de rencontre communautaire, lieu de tournage.*
Site internet	*https://mwmskansen.pl/*

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Justification du choix	Ce musée montre comment les institutions culturelles peuvent véritablement s'engager en faveur du développement durable. Il parvient à concilier tourisme, éducation et préservation du patrimoine d'une manière qui fonctionne réellement. Les visiteurs sont encouragés à voyager de manière responsable, et l'ensemble du site contribue à tisser des liens encore plus étroits entre la culture et l'économie locale. Il ne s'agit pas seulement d'admirer de vieux objets, mais aussi de soutenir la communauté et de perpétuer les traditions.

Questions de Réflexions Personnelles

1. Comment un prestataire touristique de votre communauté peut-il intégrer le patrimoine, les traditions ou l'artisanat locaux dans ses offres afin de créer des liens culturels significatifs pour les visiteurs ?
2. De quelles manières un prestataire touristique peut-il concevoir des expériences permettant aux visiteurs de participer activement aux pratiques culturelles sans compromettre l'authenticité ou l'intégrité du site patrimonial ?
3. Quelles stratégies une organisation peut-elle mettre en œuvre pour s'assurer que l'augmentation du nombre de visiteurs ne porte pas atteinte aux ressources culturelles, sociales ou naturelles dont elle dépend ?

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Tourisme d'Aventure

Le tourisme d'aventure permet aux gens de se rapprocher de la nature, qu'il s'agisse de randonnée, d'escalade ou de canoë-kayak, tout en veillant à ce qu'ils respectent l'environnement et les cultures locales tout au long de leur parcours. Il incite les voyageurs à découvrir des lieux hors des sentiers battus, les rapprochant ainsi des communautés isolées ou rurales et contribuant à promouvoir la gestion responsable, l'inclusion et des avantages concrets pour les populations locales. Lorsque les destinations gèrent bien ce type de tourisme, cela permet d'alléger la pression des saisons de pointe, contribue à protéger les espaces naturels et offre aux communautés des moyens de subsistance plus fiables. Les études de cas ci-dessous montrent comment différents endroits utilisent le tourisme d'aventure pour se relever et bâtir un avenir plus résilient.

5 Bonne pratique 5 :

Image par Ghost Acolyte sur pexels

Titre	Parc naturel de l'Arrábida
Pays	Portugal
Organisateur/ Prestataire /Secteur	● Autorités publiques ● PME, associations ● Opérateurs touristiques

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Résumé	Situé au sud de Lisbonne, le parc naturel d'Arrábida s'est imposé comme un modèle structuré de tourisme d'aventure respectueux de l'environnement. Les guides locaux collaborent avec les équipes de conservation pour organiser toutes sortes d'activités, de la randonnée au kayak en passant par la plongée et l'exploration du littoral. Cela montre comment un tourisme d'aventure bien organisé peut générer de la valeur économique tout en préservant l'intégrité écologique. Ainsi, le parc s'éloigne de l'image habituelle des plages bondées. Au contraire, il attire des visiteurs toute l'année, stimule l'économie locale et incite les gens à prendre soin de la terre et de la mer.
Contexte et défi	Le parc naturel d'Arrábida existe depuis 1976 et s'étend sur 176 kilomètres carrés de collines escarpées et de littoral méditerranéen. Il abrite des falaises calcaires spectaculaires, des écosystèmes méditerranéens et des zones riches en biodiversité marine. Au fil des ans, le tourisme, la pêche et la navigation de plaisance non réglementés ont commencé à exercer une réelle pression sur le site, en particulier sur des zones fragiles telles que les herbiers marins. Le grand défi consistait à essayer de protéger l'environnement alors que le tourisme ne cesse de croître. C'est un exercice d'équilibre constant : préserver la nature, utiliser les zones sensibles de manière responsable et veiller à ce que la communauté locale en tire réellement profit.
Objectifs	Le tourisme d'aventure à Arrábida ne vise pas seulement à divertir les visiteurs. Il s'agit de créer des expériences authentiques et mémorables, dans le respect de l'environnement et de la culture locale. L'idée est d'aider les gens à se rapprocher du patrimoine et des traditions de la région, et pas seulement à admirer le paysage. Parallèlement, cette approche soutient l'emploi et les entreprises locales, protège à la fois la terre et la mer, et donne aux gens une raison de venir au-delà des vacances à la plage habituelles. En fin de compte, il s'agit avant tout de tisser un lien plus profond entre les voyageurs, la communauté et la nature.
Approches / Mesures prises	Des opérateurs locaux tels que Vertente Natural ont commencé par proposer des circuits terrestres, mais ils offrent désormais également du kayak, des excursions en bateau et des aventures côtières, en partie grâce à des financements publics. Ils respectent les règles de l'ICNF relatives aux zones protégées, de sorte que la conservation reste au cœur de leurs préoccupations, en particulier dans les zones marines. Lors des visites guidées, les visiteurs découvrent la faune, la géologie et la culture locales. La technologie joue également un rôle, en permettant de suivre le nombre de visiteurs et de sensibiliser à la protection de l'environnement. La destination privilégie un tourisme à petite échelle, axé sur la nature et conforme aux cadres de gestion de la conservation. La destination privilégie un tourisme à petite échelle, axé sur la nature, plutôt qu'un développement touristique de grande envergure. Les visiteurs viennent ainsi pour marcher, faire du vélo, observer les oiseaux et laisser une empreinte écologique minimale.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Résultats	● ***Environnement*** *: le tourisme axé sur la nature réduit la pression sur les plages fragiles, favorise la protection des habitats et recourt à des pratiques durables telles que l'efficacité énergétique et la gestion rationnelle de l'eau. Des programmes éducatifs et des outils numériques sensibilisent à la biodiversité et à la conservation.* ● ***Social*** *: le tourisme tout au long de l'année crée des emplois pour les jeunes de la région dans les secteurs du tourisme et de l'environnement, les aidant ainsi à rester dans la région, tandis que les expériences guidées renforcent le lien avec la nature.* ● ***Économique*** *: les prestataires locaux attirent des visiteurs nationaux et internationaux, générant ainsi des emplois tout au long de l'année et stimulant une croissance économique durable dans la région.*
Recommandations /Enseignements tirés	● *Impliquez les autorités du parc, les communautés locales et les voyagistes afin de concilier tourisme, conservation et besoins locaux.* ● *Proposez un mélange d'activités terrestres, maritimes et culturelles afin de réduire la pression sur les sites vulnérables et de prévenir le surtourisme.* ● *Proposez à des visites guidées, à des supports pédagogiques et à des outils numériques pour sensibiliser les visiteurs et promouvoir un comportement responsable.* ● *Formez et employez des résidents locaux afin de développer leurs compétences, de créer des emplois à l'année et de faire profiter la communauté des retombées économiques.* ● *Mettez en œuvre des pratiques environnementales dans le secteur de l'hôtellerie et faites respecter la réglementation des zones protégées afin de concilier tourisme et conservation.*
Site internet	http://www.natural.pt/en
Justification du choix	Le parc naturel d'Arrábida offre un cadre varié propice aux activités touristiques en pleine nature, telles que la randonnée, le kayak et la plongée. Vous pouvez faire de la randonnée, du kayak, de l'escalade ou de la plongée, tout en étant entouré d'une beauté sauvage soigneusement préservée. Le parc fonctionne selon un cadre de gestion axé sur la conservation qui associe les entreprises et les communautés locales au développement touristique. Cette destination allie tourisme de nature, patrimoine culturel et implication des communautés locales. Elle illustre comment le tourisme d'aventure peut contribuer à la résilience régionale à long terme et au développement durable. Les voyagistes locaux ne se contentent pas de faire visiter les lieux ; ils créent de véritables emplois, notamment grâce à des subventions publiques. Ici, le tourisme stimule réellement l'économie locale, sans nuire à l'environnement.

Questions de Réflexions Personnelles

1. Quelles stratégies un prestataire touristique pourrait-il mettre en œuvre pour concilier le développement touristique et la protection de l'environnement ?

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

2. En s'inspirant de l'exemple d'Arrábida, comment le tourisme à faible impact pourrait-il être mis en œuvre pour réduire la pression écologique et soutenir les communautés locales ?
3. Comment un prestataire touristique pourrait-il recourir à la sensibilisation pour mieux informer les visiteurs sur son territoire ?

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

6 Bonne pratique 6 :

Titre	Centre d'aventure Killary
Pays	*Irlande*
Organisateur/ Prestataire /Secteur	• Killary Adventure Company - PME - Tourisme d'aventure, hébergement et écotourisme
Résumé	La Killary Adventure Company existe depuis 1981, au bord du fjord de Killary, dans le Connemara. Ce qui n'était au départ qu'une petite entreprise propose aujourd'hui toutes sortes d'activités d'aventure et d'hébergements, en accordant une grande importance à l'environnement. Dernièrement, l'entreprise a vraiment mis le paquet sur la durabilité : elle a obtenu la certification B Corporation, ouvert une nouvelle auberge écologique, adopté les énergies renouvelables, réduit ses déchets et renforcé sa collaboration avec la population locale. L'entreprise met en œuvre ses principes de durabilité à travers des performances environnementales mesurables et des certifications reconnues. Le Killary Adventure Centre montre comment le tourisme d'aventure peut réellement fonctionner dans un lieu aussi sensible et magnifique que celui-ci.
Contexte et défi	Fondée en 1981 par des passionnés de plein air, la Killary Adventure Company s'est imposée comme l'un des premiers opérateurs de tourisme d'aventure en Irlande. Depuis, l'entreprise a élargi ses activités. Aujourd'hui, l'entreprise ne se limite plus aux vacances d'aventure : elle organise des voyages scolaires, des camps d'été, des programmes d'entreprise, des activités nautiques et terrestres, des visites guidées et non guidées, et même de grands événements d'aventure par l'intermédiaire de sa filiale, Gaelforce Events. Mais gérer une entreprise de tourisme d'aventure dans un endroit aussi sauvage et magnifique n'est pas chose facile. L'entreprise est située au cœur des montagnes, d'un fjord et de parcelles de forêt autochtone. Cela signifie qu'il faut surveiller de près les déchets, la consommation d'énergie et l'utilisation des terres, tout en s'efforçant de protéger le paysage et de préserver la faune et la flore locales. Et à mesure que le nombre de visiteurs augmentait et que l'entreprise ajoutait des hébergements, la pression sur l'environnement ne faisait que s'alourdir.
Objectifs	Killary Adventure Company souhaite permettre à chacun de vivre des aventures en plein air, quelle que soit son origine. L'entreprise propose des hébergements respectueux de l'environnement et organise ses activités dans le souci de préserver la nature. Son objectif est de réduire au maximum son impact sur la nature, de soutenir la communauté locale et de dynamiser l'économie locale. Elle entend démontrer que le tourisme d'aventure n'est pas nécessairement néfaste pour la planète ; au contraire, il peut établir une nouvelle norme en matière de tourisme responsable dans les zones rurales d'Irlande.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Approches / Mesures prises	Killary Adventure Company prend la durabilité très au sérieux. L'entreprise a investi dans des infrastructures à faible consommation d'énergie, des systèmes d'énergie renouvelable et des solutions intégrées de gestion des déchets. Vous constaterez également son impact sur la communauté locale : création d'emplois, réhabilitation de bâtiments anciens et maintien d'activités d'aventure tout au long de l'année. Sa certification B Corporation témoigne de son engagement en faveur de pratiques commerciales responsables sur les plans environnemental et social. Et l'entreprise ne s'arrête jamais : elle modernise constamment ses installations et ne cesse de promouvoir un tourisme meilleur et plus responsable.
Résultats	● ***Environnement*** *: L'entreprise a réduit son impact environnemental grâce aux énergies renouvelables, à la gestion des déchets et à la préservation du paysage naturel environnant.* ● ***Social :*** *L'entreprise a créé des emplois et soutenu la communauté locale tout en rendant les activités de plein air accessibles à un large public.* ● ***Économique*** *: La diversité des activités et des hébergements proposés a stimulé le tourisme et renforcé sa réputation en matière de développement durable.*
Recommandations /Enseignements tirés	● *Commencez par adopter une approche durable et adaptez-vous au fil du temps pour améliorer vos pratiques respectueuses de l'environnement.* ● *Proposez une offre variée d'activités et de services afin de gérer la demande des visiteurs et les fluctuations saisonnières.* ● *Concevez des infrastructures de manière réfléchie en recourant aux énergies renouvelables, à des bâtiments à haute efficacité énergétique et à des matériaux locaux.* ● *Soutenez la communauté locale en créant des emplois, en restaurant les bâtiments historiques et en privilégiant l'approvisionnement local.* ● *Veillez à la transparence et à la certification afin d'instaurer la confiance et de garantir un tourisme responsable.*
Site internet	*https://killaryadventure.com/en/environment*

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Justification du choix	Le Killary Adventure Centre existe depuis des années et prouve à tous que le tourisme ne doit pas nécessairement nuire à la planète. En matière de développement durable, ils adoptent une vision globale : ils ne se limitent pas à l'environnement, mais prennent également en compte les personnes, l'économie locale et leur mode de fonctionnement au quotidien. Leur site est lui aussi tout à fait particulier, situé en plein cœur d'un paysage fragile, ce qui leur a permis d'apprendre à concilier plaisir et protection de la nature. Fort de certifications telles que celle de B Corp, il fait figure de pionnier en matière de tourisme durable. D'autres entreprises de tourisme d'aventure peuvent s'inspirer de ce que fait Killary et suivre son exemple. Ce modèle démontre qu'il est possible de le transposer et de le reproduire dans le contexte du tourisme d'aventure en milieu rural.

Questions de Réflexion Personnelle

1. Comment les opérateurs de tourisme d'aventure peuvent-ils concilier la croissance de leur activité et la préservation de l'environnement dans les zones naturelles sensibles ?
2. De quelle manière l'intégration de la durabilité sociale, économique et écologique peut-elle contribuer au succès à long terme d'une entreprise touristique ?
3. Quels enseignements tirés du Killary Adventure Centre pourrais-je appliquer à ma propre approche des pratiques touristiques responsables et durables ?

Les concepts et les messages présentés au chapitre 3 constituent la base des prochains ateliers de perfectionnement, au cours desquels les PME seront guidées à travers des outils pratiques, des méthodes et des applications concrètes. Ces ateliers traduiront ces domaines opérationnels en étapes de mise en œuvre concrètes, adaptées aux besoins et aux capacités des PME du secteur touristique.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

PROGRAMME DE FORMATION AUX MODÈLES ÉCONOMIQUES DURABLES

Conclusion

Conclusion

Cet ouvrage théorique a posé les bases nécessaires à la compréhension de la durabilité dans le secteur du tourisme du point de vue des PME européennes. Au fil des trois chapitres, le texte passe délibérément des concepts et définitions fondamentaux aux contextes politiques et environnementaux, pour aboutir à des exemples concrets de mise en œuvre de la durabilité. Ensemble, ces chapitres montrent clairement pourquoi la durabilité n'est plus une préoccupation secondaire pour les entreprises touristiques, mais un impératif stratégique qui influe directement sur leur compétitivité, leur résilience et leur viabilité à long terme.

- Le chapitre 1 a présenté les concepts fondamentaux du tourisme, de l'hôtellerie et du tourisme durable et régénérateur, en les replaçant dans le contexte de l'ampleur et de la structure de l'écosystème touristique de l'UE. En soulignant la prédominance des PME et les impacts environnementaux, sociaux et économiques concrets générés tout au long des chaînes de valeur du tourisme, ce chapitre a recadré la durabilité en tant que réalité opérationnelle plutôt que comme une ambition politique abstraite. L'examen des cadres réglementaires européens et internationaux a en outre démontré comment les signaux réglementaires, financiers et du marché façonnent de plus en plus les conditions d'activité des entreprises touristiques, faisant de l'alignement à la fois une stratégie de gestion des risques et une source d'opportunités.
- Le chapitre 2 a approfondi cette réflexion en transposant les principes du développement durable dans les réalités quotidiennes auxquelles sont confrontées les PME du secteur touristique. Il a examiné comment la performance environnementale, l'adaptation au changement climatique et la création de valeur locale s'articulent avec la rentabilité, la continuité des services, la stabilité de la main-d'œuvre et la résilience des destinations. En mettant l'accent sur des domaines opérationnels concrets tels que l'énergie, l'eau, les déchets, la mobilité, la biodiversité et l'engagement communautaire, ce chapitre a renforcé l'idée que la durabilité s'inscrit dans les décisions quotidiennes plutôt que dans des initiatives isolées. Il est important de noter qu'il a présenté l'adaptation au changement climatique non seulement comme une responsabilité environnementale, mais aussi comme un élément essentiel de la continuité des activités dans un contexte climatique de plus en plus instable.
- Le chapitre 3 a ensuite déplacé l'accent de la théorie vers la pratique, en montrant comment les principes de durabilité peuvent être mis en œuvre dans divers contextes touristiques. Les études de cas ont illustré de multiples voies vers le tourisme durable, allant des réseaux d'écotourisme et des institutions du patrimoine culturel aux opérateurs de tourisme d'aventure dans des espaces protégés. Dans l'ensemble, ces exemples ont montré qu'il n'existe pas de modèle unique de tourisme durable, mais plutôt un éventail d'approches façonnées par le contexte local, les structures de gouvernance et les capacités des entreprises. Ce qui les unit, c'est un engagement en

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

faveur de la collaboration, de mesures fiables, de l'implication de la communauté et de la gestion responsable à long terme du territoire.

Dans leur ensemble, ces chapitres ne se contentent pas de sensibiliser. Ils définissent la logique stratégique de la transformation. Ils mettent en lumière les risques liés à l'inaction, les opportunités offertes par la durabilité et les changements structurels en cours dans l'écosystème touristique européen. Les Masterclasses qui suivent passent de la compréhension à la mise en œuvre. Elles traduisent les perspectives stratégiques en conception opérationnelle. Alors que les chapitres théoriques ont expliqué pourquoi la durabilité est importante et où elle a un impact, les Masterclasses se concentrent sur la manière dont les PME du secteur touristique peuvent repenser leurs modèles économiques, définir des indicateurs mesurables, hiérarchiser les interventions et intégrer la durabilité au cœur de la création de valeur.

Grâce à des exercices structurés, des modèles de business model et des outils de planification appliqués, les Masterclasses aident les entreprises touristiques à faire de la durabilité, non plus un principe abstrait, mais une stratégie concurrentielle concrète et mesurable. Plus précisément, le modèle de business model présenté dans les Masterclasses sert d'instrument pratique permettant de mettre en œuvre cette transformation stratégique. Cette transition marque un changement délibéré : de la réflexion à l'action, de la prise de conscience à un changement structuré, et de la théorie à la transformation.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

PROGRAMME DE FORMATION AUX MODÈLES ÉCONOMIQUES DURABLES

Masterclasses

Programme de formation aux modèles économiques durables – Masterclasses

Vue d'ensemble

Les Masterclasses constituent le cœur du programme de formation. Alors que les chapitres théoriques expliquent pourquoi une transformation durable est nécessaire, les Masterclasses montrent comment celle-ci peut être mise en œuvre dans le cadre concret des entreprises touristiques.

Chaque masterclass est consacrée à un axe stratégique du tourisme durable :

- Écotourisme et durabilité environnementale
- Tourisme culturel et durabilité sociale
- Tourisme d'aventure et durabilité économique

Ces thèmes constituent des points de départ concrets permettant aux PME du secteur touristique de repenser leur proposition de valeur, de renforcer leur résilience et de s'aligner sur les priorités de l'UE en matière de transition écologique.

La structure de ces Masterclasses est délibérément axée sur l'action. Les participants sont guidés à travers un processus structuré qui comprend :

- Cartographier les impacts opérationnels
- Identifier les actions prioritaires en matière de développement durable
- Définir des indicateurs de performance mesurables
- Repenser les propositions de valeur fondamentales
- Intégrer le développement durable dans la logique du modèle économique

L'un des éléments centraux de ces Masterclasses est le canevas du modèle économique, qui garantit que la durabilité est intégrée dans des composantes essentielles telles que les partenariats, les structures de coûts, les sources de revenus et les segments de clientèle. Cela évite que la durabilité soit considérée comme un simple complément et la positionne au contraire comme un moteur de la compétitivité à long terme.

À l'issue des masterclasses, les participants auront acquis ces compétences :

- Réaliser un Plan d'Action Durable structuré

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

- Définir des indicateurs clés de performance
- Elaborer une proposition de valeur repensée et axée sur le développement durable
- Elaborer une feuille de route pour l'amélioration continue

Les Masterclasses déplacent donc l'accent mis sur la sensibilisation vers la mise en œuvre. Elles démontrent que les modèles économiques axés sur la durabilité peuvent réduire les risques systémiques tout en renforçant la rentabilité, la résilience et la valeur de la destination.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

01

MASTERCLASSE 1

Ecotourisme & Durabilité Environnementale

Masterclasse 1 : Ecotourisme & Durabilité Environnementale

Titre du module	**Ecotourisme & Durabilité Environnementale**
Groupe cible	● Propriétaires d'entreprises du secteur du tourisme et de l'hôtellerie ● Directeurs d'entreprise ● Formateurs en EFP
Introduction	L'écotourisme va au-delà du simple voyage : c'est un engagement à protéger la nature et à soutenir les communautés locales. En mettant l'accent sur des activités à faible impact, la conservation et l'éducation, il permet aux entreprises touristiques de réduire leur empreinte environnementale tout en créant des expériences authentiques qui apportent une valeur ajoutée à long terme tant pour les visiteurs que pour les destinations. Alors que le changement climatique, la perte de biodiversité et l'épuisement des ressources menacent de plus en plus les espaces naturels, l'écotourisme et la durabilité environnementale sont devenus des stratégies essentielles pour un tourisme responsable. L'intégration de ces pratiques aide les entreprises à contribuer à une planète plus saine tout en restant compétitives sur un marché en pleine croissance pour les voyages durables.
Acquis d'apprentissage	1. Comprendre les principes fondamentaux de l'écotourisme et de la durabilité environnementale. 2. Identifier les principaux impacts environnementaux du tourisme (par exemple, les émissions, les déchets, la perte de biodiversité). 3. Reconnaître les stratégies concrètes permettant de réduire l'empreinte environnementale des activités touristiques. 4. Mettre en œuvre des pratiques respectueuses de l'environnement dans la gestion de l'énergie, de l'eau, des déchets et de la mobilité. 5. Élaborer une proposition de valeur écologique afin de renforcer la compétitivité de l'entreprise. 6. Élaborer un plan de développement durable concret pour atteindre des objectifs à court, moyen et long terme.
Durée	7 heures
Préparation	Le formateur - Passe en revue la structure, les objectifs et les activités du module. - S'assure de disposer du matériel nécessaire : un projecteur, des affiches, des tableaux à feuilles mobiles, des documents à distribuer et un accès aux vidéos.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

STRUCTURE DU COURS (2 HEURES)	
Vidéo	**Résumé** : Cette vidéo présente les grands principes du tourisme durable, en mettant l'accent sur la réduction des impacts environnementaux, la promotion de pratiques responsables et la mise en avant des avantages tant pour les entreprises que pour les destinations. Elle s'adresse tout particulièrement aux entrepreneurs du secteur touristique à la recherche de conseils pratiques pour mettre en œuvre des solutions durables dans leurs activités. **Lien : https://www.youtube.com/watch?v=oL-X2iQi864** **Présentation** : Cette vidéo explique ce qu'est l'écotourisme et son rôle dans la promotion de la durabilité environnementale. Elle met en avant des moyens concrets permettant aux entreprises touristiques de réduire leur impact sur la nature tout en apportant des avantages aux communautés locales. **Lien : https://www.youtube.com/watch?v=bxOgeDBX8w4**
Développement du module	**A. Introduction au module (5 min)** Le capital naturel est le fondement de la compétitivité touristique et de l'attractivité des destinations à travers l'Europe. Au fil des siècles, les gens ont voyagé pour découvrir ces espaces naturels, en quête d'aventure, de détente et de connexion avec la nature. Cependant, à mesure que le tourisme s'est développé, son impact sur l'environnement s'est également accru : les forêts rétrécissent, les habitats de la faune sauvage sont perturbés et la pollution menace la beauté même qui attire les visiteurs au départ. L'écotourisme offre un cadre structuré permettant d'aligner le développement touristique sur les priorités en matière de conservation. Il ne s'agit pas simplement de visiter des espaces naturels ; c'est une façon de voyager qui respecte les écosystèmes, favorise la conservation et implique les communautés locales en tant que partenaires plutôt que simples spectateurs. En intégrant la durabilité environnementale dans leurs activités touristiques, les entreprises peuvent réduire leur empreinte écologique, préserver les ressources naturelles et offrir des expériences authentiques qui profitent à la fois aux visiteurs et aux communautés d'accueil. Ce module présente les principes de l'écotourisme et de la durabilité environnementale, en les replaçant dans le contexte plus large des politiques de l'UE, des défis environnementaux mondiaux et des stratégies commerciales concrètes. Les participants découvriront comment le tourisme peut être un moteur de régénération plutôt que de dégradation, en acquérant non seulement des connaissances théoriques, mais aussi des outils concrets pour mettre en œuvre des pratiques durables au sein de leur propre entreprise. À travers ce module, nous souhaitons donner aux professionnels du tourisme les moyens de repenser leur rapport à la nature, de concevoir des expériences à faible impact, éducatives et enrichissantes, et de prendre conscience que la durabilité est à la fois une responsabilité éthique et un avantage concurrentiel. **B. Développement du module (1h 45 min)** **1 : Introduction à l'Écotourisme (5 min)**

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

L'écotourisme est défini comme « un tourisme responsable dans des zones naturelles qui préserve l'environnement, favorise le bien-être des populations locales et s'accompagne d'activités d'interprétation et d'éducation ». Cette session présente aux participants les principes fondamentaux de l'écotourisme, en soulignant ce qui le distingue du tourisme de masse. Les principaux thèmes abordés sont les suivants :

- **Définition et principes :** Comprendre l'importance accordée par l'écotourisme à la conservation, au bien-être des communautés et à l'éducation.
- **Comparaison avec le tourisme de masse** : Mettre en évidence les différences en termes d'impact et d'approche.
- **Rôle dans le Pacte vert pour l'Europe** : Examiner comment l'écotourisme s'inscrit dans les objectifs de développement durable de l'UE.

Exemple : L'Ecolabel européen pour les hébergements touristiques définit des critères en matière de consommation d'énergie, de consommation d'eau, d'utilisation de produits chimiques et de gestion des déchets, afin de promouvoir la responsabilité environnementale (Commission européenne, 2023).

2 : Les Impacts Environnementaux du Tourisme (15 min)

Le tourisme peut entraîner des défis environnementaux majeurs, notamment des émissions de gaz à effet de serre, la perte de biodiversité et la production de déchets. Cette session examine ces impacts et aborde les stratégies visant à les atténuer :

- **Principales pressions environnementales :** identification des principaux problèmes environnementaux liés au tourisme.
- **Discussion en groupe :** analyse d'exemples locaux d'impacts négatifs et de solutions possibles.

Exemple : Une forte affluence touristique peut mettre à rude épreuve les écosystèmes locaux, entraînant une dégradation des habitats et une augmentation de la pollution (Gössling et al., 2021).

3 : Outils de Développement Durable (15 min)

La mise en œuvre de pratiques durables nécessite des outils et des cadres efficaces. Cette session aborde les thèmes suivants :

- **Certifications Écologiques** : Aperçu des critères de l'Ecolabel et GSTC.
- **Études d'impact sur l'environnement (EIE)** : comprendre leur rôle dans la planification et la prise de décision.
- **Conception d'infrastructures durables** : principes pour la mise en place d'installations respectueuses de l'environnement.

Activité : Les participants utilisent une « liste de contrôle pour l'audit écotouristique » afin d'évaluer une destination touristique choisie et d'identifier les points à améliorer.

Exemple : Les normes reconnues par le GSTC pour les hôtels aident les entreprises à mettre en œuvre des pratiques durables, en mettant l'accent sur la durabilité environnementale, sociale et économique

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

(Global Sustainable Tourism Council, 2023).

4 : Rendre ses opérations plus écologiques (15 min)

Les changements opérationnels sont essentiels à la durabilité. Cette session porte sur :

- **Gestion de l'énergie, de l'eau et des déchets** : stratégies visant à réduire la consommation et les déchets.
- **Chaîne d'approvisionnement et achats responsables** : s'approvisionner de manière responsable et réduire l'impact environnemental.
- **Certifications écologiques et bonnes pratiques :** mise en œuvre de normes reconnues pour orienter les activités.

Exemple : La certification Green Globe aide les entreprises du secteur touristique à améliorer leurs performances en matière de développement durable, notamment dans des domaines tels que l'efficacité énergétique et la gestion des déchets (Green Globe, 2023).

Exercice : Rédigez un bref plan d'action mettant en avant une amélioration opérationnelle que vous pouvez mettre en œuvre immédiatement (par exemple, réduction de la consommation d'énergie, tri des déchets).

5: Mobilité Durable dans le Tourisme (15 min)

Les transports contribuent de manière significative à l'empreinte environnementale du tourisme. Cette session aborde les thèmes suivants :

- **Modes de transport écologiques** : la marche, le vélo, les navettes électriques et les transports en commun.
- **Conception d'itinéraires écologiques pour les visiteurs** : élaborer des parcours qui réduisent au minimum l'impact environnemental.
- **Accessibilité et inclusivité** : veiller à ce que des options durables soient accessibles à tous les visiteurs.

Exemple : L'initiative de Copenhague récompense les touristes qui utilisent les transports en commun ou le vélo, encourageant ainsi une mobilité respectueuse de l'environnement (Ville de Copenhague, 2024).

6 : Marketing et expérience des visiteurs (15 min)

Une communication efficace sur les initiatives en matière de développement durable renforce l'engagement des visiteurs. Cette session aborde les thèmes suivants :

- **Communiquer vos valeurs écologiques** : stratégies pour un message transparent et authentique.
- **Récits et outils numériques** : tirer parti des récits et de la technologie pour créer un lien avec le public.
- **Travailler avec les communautés locales et les organismes de promotion touristique** : collaborer pour améliorer l'expérience des visiteurs.

Exemple : L'initiative « Meilleurs villages touristiques » de l'OMT met en

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

avant des destinations qui adoptent des pratiques de tourisme durable (Organisation mondiale du tourisme des Nations Unies, 2024).

Activité : Mini-plan marketing (10 min) – les participants élaborent une brève campagne mettant en avant une pratique durable au sein de leur entreprise.

7 : Se préparer au changement (15 min)

Il est essentiel de mettre les connaissances en pratique. Cette session porte sur :

- **L'auto-évaluation de l'entreprise** : évaluer les pratiques actuelles en matière de développement durable.
- **La définition** d'objectifs : identifier les changements à mettre en œuvre à court, moyen et long terme.
- **Le plan d'action écologique** : élaborer une feuille de route pour le développement durable.

Exemple : Le Plan d'action national pour une croissance verte 2021-2025 définit des stratégies visant à renforcer la durabilité dans le secteur du tourisme (ministère jordanien de l'Environnement, 2021).

8 : Échange entre pairs et synthèse (10 min)

Le partage d'expériences et de points de vue favorise l'apprentissage. Cette session comprend :

- **Partage d'idées et d'exemples concrets** : discussion sur les initiatives couronnées de succès et les défis rencontrés.
- **Présentations facultatives** : les participants présentent leurs projets de plans afin de recueillir des commentaires.

Exemple : Killarney, en Irlande, s'efforce de devenir la ville la plus durable d'ici 2030, en mettant en œuvre des initiatives telles que la suppression des gobelets à usage unique et la promotion de la préservation de l'environnement (The Times, 2024).

C. Conclusion (10 min)

L'écotourisme n'est pas seulement un segment de niche : c'est une voie vers des entreprises touristiques résilientes, responsables et rentables. À travers ce module, les participants ont exploré les principes de l'écotourisme, examiné les impacts environnementaux du tourisme et découvert des outils pratiques pour intégrer la durabilité dans leurs opérations, leur marketing et les expériences proposées aux visiteurs. Les pratiques durables constituent à la fois une responsabilité éthique et un avantage concurrentiel. En réduisant leur empreinte carbone, en préservant la biodiversité et en impliquant les communautés locales, les entreprises touristiques peuvent renforcer la réputation de leur marque, attirer des voyageurs soucieux de l'environnement et contribuer à la santé à long terme des destinations. La combinaison de théorie et de pratique proposée dans cette masterclass permet aux gestionnaires et aux chefs d'entreprise :

- Identifier les pressions environnementales pesant sur leurs activités et mettre en œuvre des stratégies d'atténuation efficaces.
- Utiliser des outils de développement durable tels que les

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

certifications écologiques, les études d'impact et la planification d'infrastructures respectueuses de l'environnement.

- Communiquer leurs pratiques écologiques aux clients de manière authentique et captivante.
- Élaborer des plans concrets pour transformer leur modèle économique en vue d'une durabilité à long terme.

En fin de compte, l'écotourisme et la durabilité environnementale sont étroitement liés : chaque petite amélioration contribue à un impact positif plus large sur les écosystèmes, les communautés et le secteur touristique dans son ensemble. Les entreprises qui adoptent cette approche ne se contentent pas de protéger la planète : elles façonnent un avenir où le tourisme prospère en harmonie avec la nature.

CONTENU DU COURS

Introduction à l'écotourisme

Sur la base des résultats théoriques

Définition et principes

- Comparaison avec le tourisme de masse
- Rôle de l'écotourisme dans le Pacte vert pour l'Europe

Comparaison : Ecotourisme vs Tourisme de Masse

Aspect	Ecotourisme	
Tourisme de masse	**Thème principal** Développement durable et préservation	Divertissement et rentabilité
Echelle	Petite échelle, faible fréquentation	Grande échelle, forte fréquentation
Impact environnemental	Faible, soigneusement géré	Elevé (pollution, surexploitation des ressources)
Rôle des communautés locales	Participation active et avantages	Souvent marginalisée
Modèle économique	Développement local à long terme	Investisseurs externes à court terme
Expérience touristique	Éducative, axée sur la nature, authentique	Standardisée, axée sur la consommation
Infrastructures	Respectueuses de l'environnement, à faible impact	Grands complexes touristiques, infrastructures lourdes

Le rôle de l'écotourisme dans le Pacte vert pour l'Europe

Le Pacte vert pour l'Europe est la stratégie de l'Union européenne visant à atteindre la neutralité climatique d'ici 2050, à promouvoir une croissance durable et à protéger les écosystèmes naturels. L'écotourisme contribue directement à la réalisation de plusieurs de ses objectifs.

Domaines de contribution

Action climatique

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	● Promotion des modes de transport à faibles émissions de carbone ● Hébergements économes en énergie ● Soutien aux stratégies de réduction des émissions de carbone dans le secteur du tourisme *Biodiversité & Protection de la nature* ● Encourage la protection des sites Natura 2000 ● Soutient les projets de restauration et de conservation des écosystèmes ● Réduit la pression exercée par le surtourisme dans les zones sensibles *Croissance économique durable* ● Crée des emplois verts et locaux ● Soutient les régions rurales et isolées ● Encourage les pratiques d'économie circulaire (réduction des déchets, approvisionnement local) *Inclusion sociale & Développement régional* ● Renforce les communautés locales ● Lutte contre le dépeuplement des zones rurales ● Soutient des modèles touristiques équitables et inclusifs
Impacts environnementaux du tourisme	• Principales pressions environnementales (émissions de gaz à effet de serre, perte de biodiversité, production de déchets) o Pression accrue sur les ressources naturelles (eau, énergie, terres) o Pollution de l'air, de l'eau et des sols (transports, déchets, eaux usées) o Dégradation des écosystèmes et de la biodiversité (perte d'habitats, perturbation de la faune sauvage) o Production de grandes quantités de déchets, en particulier pendant les périodes de forte affluence o Contribution au changement climatique par les émissions liées aux transports o Dégradation des paysages et des sites culturels et naturels due à la surfréquentation o Surexploitation des environnements fragiles (côtes, montagnes, zones protégées) • Possibilités de soutien à la conservation lorsque le tourisme est bien géré (financement, sensibilisation)
De nouvelles formes d'offre touristique plus durable	• Écolodges, visites guidées dans la nature, volontariat en faveur de la conservation : les écolodges sont des hébergements respectueux de l'environnement, conçus pour réduire au minimum la consommation d'énergie et l'impact sur

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	l'environnement tout en s'intégrant dans le cadre naturel. Les visites guidées dans la nature mettent l'accent sur l'éducation, la sensibilisation à la biodiversité et une interaction responsable avec les écosystèmes ; elles sont souvent animées par des guides locaux qualifiés. Le volontariat en faveur de la conservation permet aux touristes de participer activement à des projets de protection de l'environnement, tels que la surveillance de la faune sauvage ou la restauration des habitats. Ensemble, ces formes de tourisme soutiennent les économies locales tout en contribuant directement à la conservation de la nature. • Tourisme à faible impact - Le tourisme à faible impact vise à réduire les effets négatifs sur l'environnement en limitant la consommation de ressources, la production de déchets et les émissions de carbone. Il encourage des pratiques telles que les voyages en petits groupes, les modes de transport à faible impact et l'hébergement durable. Les touristes sont invités à adopter un comportement responsable, en respectant la faune, les paysages et les cultures locales. Cette approche contribue à préserver les espaces naturels pour les générations futures tout en assurant la viabilité du tourisme. • Offres hautement spécialisées – Les offres touristiques hautement spécialisées ciblent des marchés de niche tels que l'observation des oiseaux, la randonnée, la photographie animalière ou le tourisme patrimonial. Ces expériences sont généralement organisées à petite échelle et gérées avec soin afin d'éviter la surexploitation des ressources naturelles et culturelles. Elles attirent des voyageurs soucieux de l'environnement qui privilégient la qualité et l'authenticité à la consommation de masse. Ainsi, les offres spécialisées génèrent une valeur ajoutée plus élevée tout en exerçant une pression moindre sur l'environnement.
Propositions de valeur et bonnes pratiques	• Arguments de vente pour le thème de la Masterclass Exemple d'étude de cas n° 1 • Cette étude de cas porte sur une initiative d'écotourisme communautaire menée dans une aire naturelle protégée. Elle montre comment la participation locale améliore les résultats en matière de conservation et la satisfaction des visiteurs. Les participants découvrent comment la création de valeur partagée contribue à la fois aux objectifs environnementaux et sociaux. Exemple d'étude de cas n° 2 • Cette étude de cas porte sur un écolodge qui intègre des énergies renouvelables et des technologies économes en ressources. Elle met en avant le rôle de la transparence et de la sensibilisation des clients dans la promotion de comportements durables. Cet exemple montre comment le confort et la durabilité peuvent coexister avec l'hospitalité. Exemple d'étude de cas n° 3 • Cette étude de cas présente un programme de tourisme associant volontariat et conservation. Elle montre comment une participation active renforce la sensibilisation à l'environnement

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	et l'engagement émotionnel. Les apprenants comprennent comment des expériences enrichissantes peuvent susciter un soutien durable aux initiatives de conservation.
Innovation et outils numériques	• Les SIG au service de la cartographie de la conservation - Les systèmes d'information géographique (SIG) sont utilisés pour cartographier et surveiller les ressources naturelles, les zones protégées et les zones clés pour la biodiversité. Ils aident les responsables de la planification touristique à identifier les écosystèmes sensibles et à gérer les flux de visiteurs afin de réduire la pression sur l'environnement. Les SIG favorisent une prise de décision fondée sur des données factuelles en combinant des données spatiales et des indicateurs environnementaux. Cette technologie est essentielle pour concilier le développement touristique et les objectifs de conservation. • Capteurs intelligents pour la surveillance de la consommation d'eau et d'énergie - Les capteurs intelligents permettent de surveiller en temps réel la consommation d'eau et d'énergie dans les établissements touristiques. Ils aident à identifier les inefficacités, les fuites et les consommations excessives, permettant ainsi aux exploitants de réduire le gaspillage des ressources. En fournissant des données précises, les capteurs intelligents favorisent les économies de coûts et la responsabilité environnementale. Leur utilisation contribue à réduire les émissions de carbone et à rendre les opérations plus durables. • Plateformes de certification écologique en ligne - Les plateformes de certification écologique en ligne permettent aux entreprises touristiques d'évaluer, de documenter et de vérifier leurs pratiques en matière de développement durable par voie numérique. Elles renforcent la transparence et la crédibilité en proposant des critères de développement durable normalisés et en rendant les informations publiques. Ces plateformes aident les touristes à faire des choix éclairés lorsqu'ils sélectionnent des services respectueux de l'environnement. En conséquence, la certification écologique encourage l'adoption de normes de développement durable plus strictes dans l'ensemble du secteur touristique. • Gestion intelligente de l'énergie dans les hôtels et restaurants - Les systèmes de gestion intelligente de l'énergie optimisent le chauffage, la climatisation, l'éclairage et l'utilisation des appareils en fonction de la demande en temps réel. Ils utilisent l'automatisation et l'analyse des données pour réduire la consommation d'énergie inutile sans compromettre le confort des clients. Ces systèmes réduisent les coûts d'exploitation tout en contribuant à la réalisation des objectifs climatiques. Leur adoption constitue une innovation clé pour améliorer l'efficacité énergétique dans les entreprises du secteur de l'hôtellerie et de la restauration.
Création de nouveaux modèles économiques	• Méthodologie CANVAS Le Business Model Canvas (BMC) est un outil stratégique utilisé pour concevoir, analyser et innover en matière de modèles économiques de

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	manière claire et visuelle. Il se compose de neuf éléments constitutifs qui décrivent comment une entreprise crée, fournit et capte de la valeur. Dans le domaine du tourisme durable, la méthodologie CANVAS permet d'intégrer la valeur environnementale et sociale aux performances économiques. Elle favorise l'innovation en rendant les objectifs de durabilité visibles et mesurables au sein du modèle économique. • Le modèle du modèle économique Un modèle de modèle économique fournit un cadre structuré pour élaborer et documenter les activités et la stratégie d'une entreprise. Il comprend généralement des éléments clés tels que la proposition de valeur, les segments de clientèle, les sources de revenus et les partenariats stratégiques. Dans le domaine du tourisme durable, ces modèles sont adaptés pour inclure des indicateurs de durabilité tels que l'efficacité des ressources, l'impact sur les communautés et l'empreinte carbone. Cela aide les entreprises à concilier rentabilité et responsabilité environnementale et sociale à long terme. • Exemples de modèles économiques plus durables Les modèles économiques du tourisme durable mettent souvent l'accent sur des activités à faible impact environnemental, l'approvisionnement local et la gestion communautaire. On peut citer, par exemple, les écolodges utilisant des énergies renouvelables, les voyagistes proposant des voyages neutres en carbone et les hôtels appliquant les principes de l'économie circulaire. Ces modèles privilégient la création de valeur à long terme plutôt que les profits à court terme. En réduisant l'impact environnemental et en soutenant les communautés locales, ils contribuent à renforcer la résilience du secteur touristique.
Tourisme inclusif pour des groupes diversifiés (sur le plan ethnique, du genre et des capacités)	Activités en pleine nature adaptées aux personnes malvoyantes, aides à la mobilité sur les sentiers Le tourisme inclusif vise à garantir que les expériences touristiques soient accessibles, sûres et accueillantes pour toutes les personnes, quels que soient leurs origines et leurs capacités. Les expériences en pleine nature adaptées aux visiteurs malvoyants peuvent inclure des sentiers tactiles, des audioguides, une signalisation en braille et des visites guidées axées sur les sens. Les aides à la mobilité sur les sentiers — telles que les passerelles, les rampes et les plateformes d'observation accessibles — permettent aux personnes à mobilité réduite de profiter des environnements naturels en toute autonomie. En supprimant les barrières physiques et sociales, le tourisme inclusif favorise une participation égalitaire tout en soutenant la justice sociale et la diversité dans le développement du tourisme durable.
Outils de mise en oeuvre	• Programmes de certification écologique (Ecolabel de l'UE, Green Key) Les programmes de certification écologique, tels que l'**Ecolabel de l'UE** et **Green Key**, établissent des normes reconnues en matière de performance environnementale dans les secteurs du tourisme et de l'hôtellerie. Ils évaluent des critères tels que l'efficacité énergétique, la consommation d'eau, la gestion des déchets et l'approvisionnement durable. La certification aide les entreprises à améliorer leurs pratiques environnementales tout en renforçant leur crédibilité et la confiance des

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	touristes soucieux de l'environnement. Ces programmes favorisent également l'alignement sur les politiques de développement durable et les objectifs climatiques de l'UE. • Calculateurs d'impact environnemental Les calculateurs d'impact environnemental sont des outils numériques utilisés pour mesurer l'empreinte carbone et la consommation de ressources liées aux activités touristiques. Ils aident les entreprises du secteur touristique et les voyageurs à comprendre les conséquences environnementales de leurs choix en matière de transport, d'hébergement et de consommation. En fournissant des données quantifiables, ces outils favorisent une meilleure prise de décision et encouragent la mise en place de stratégies de réduction des émissions. Leur utilisation contribue à la transparence et à l'amélioration continue de la gestion du tourisme durable.
Financer la transition vers de nouveaux modèles économiques	• Estimation des coûts de transformation et des besoins d'investissement L'estimation des coûts de transformation implique d'évaluer les investissements nécessaires pour les technologies à haut rendement énergétique, les infrastructures durables, la formation du personnel et les outils numériques. Ce processus aide les entreprises à mettre en perspective les dépenses à court terme par rapport aux économies à long terme et aux avantages environnementaux. Une estimation précise des coûts réduit les risques financiers et facilite la planification stratégique. Elle permet également de définir des priorités et des calendriers réalistes pour la transition vers des modèles économiques plus durables. • Sources de financement : programme LIFE de l'UE, Horizon Europe, microcrédits verts Le programme LIFE de l'UE soutient des projets axés sur la protection de l'environnement, l'action pour le climat et la préservation de la biodiversité. Horizon Europe finance l'innovation, la recherche et les projets pilotes, notamment les solutions en matière de tourisme durable. Les microcrédits verts offrent un financement accessible aux petites et moyennes entreprises touristiques qui mettent en œuvre des mesures respectueuses de l'environnement. Ensemble, ces sources de financement permettent aux entreprises d'investir dans le développement durable tout en réduisant les obstacles financiers à la transformation.
EXERCICES DE RÉSEAUTAGE (1 HEURE)	
Etudes de cas	Jusqu'à trois études de cas sur le tourisme environnemental, basées sur l'expérience des participants Étude de cas n° 1 : Écotourisme communautaire dans une aire naturelle protégée Les participants prennent part à des randonnées guidées animées par des membres de la communauté locale qui leur transmettent leurs connaissances sur les écosystèmes et l'utilisation traditionnelle des terres. Les visiteurs font état d'un fort sentiment de connexion avec la nature, grâce à la taille réduite des groupes et à l'impact minimal sur l'environnement. Des activités pédagogiques, telles que l'observation de la faune sauvage et des conférences sur la conservation, sensibilisent davantage à la protection de la biodiversité. Les touristes apprécient que

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	leurs frais de participation contribuent directement à la conservation et aux moyens de subsistance locaux. Dans l'ensemble, l'expérience est décrite comme authentique, éducative et socialement responsable. Étude de cas n° 2 : Séjour dans un écolodge axé sur un mode de vie durable Les clients séjournant dans un écolodge découvrent l'utilisation des énergies renouvelables, les systèmes d'économie d'eau et une alimentation issue de la production locale. De nombreux participants soulignent que les pratiques durables sont clairement expliquées et visibles tout au long de leur séjour. Les activités en pleine nature, telles que l'observation des oiseaux et les visites guidées en forêt, enrichissent l'apprentissage environnemental. Les visiteurs font souvent état d'une motivation accrue à adopter des habitudes durables une fois rentrés chez eux. L'expérience en écolodge allie confort et responsabilité environnementale. Étude de cas n° 3 : Expérience de tourisme solidaire axé sur la conservation Les participants prennent part à des projets de conservation de courte durée, tels que la restauration d'habitats ou la surveillance de la faune sauvage. Cette implication concrète leur procure un profond sentiment de contribuer personnellement à la protection de l'environnement. Les touristes apprécient de travailler aux côtés d'experts et d'acquérir des compétences pratiques en matière de conservation. La collaboration au sein du groupe et les objectifs communs favorisent un sentiment d'appartenance à une communauté parmi les participants. Cette expérience est souvent décrite comme enrichissante, porteuse d'un impact réel et source de satisfaction émotionnelle.
Création de nouveaux modèles économiques : écotourisme et durabilité environnementale	• Méthodologie CANVAS Le Business Model Canvas (BMC) est un outil stratégique utilisé pour concevoir, analyser et innover en matière de modèles économiques de manière claire et visuelle. Il se compose de neuf éléments constitutifs qui décrivent comment une entreprise crée, fournit et capte de la valeur. Dans le domaine du tourisme durable, la méthodologie CANVAS permet d'intégrer la valeur environnementale et sociale aux performances économiques. Elle favorise l'innovation en rendant les objectifs de durabilité visibles et mesurables au sein du modèle économique. • Modèle de modèle économique Un modèle de modèle économique fournit un cadre structuré pour élaborer et documenter les activités et la stratégie d'une entreprise. Il comprend généralement des éléments clés tels que la proposition de valeur, les segments de clientèle, les sources de revenus et les partenariats stratégiques. Dans le domaine du tourisme durable, ces modèles sont adaptés pour inclure des indicateurs de durabilité tels que l'efficacité des ressources, l'impact sur les communautés et l'empreinte carbone. Cela aide les entreprises à concilier rentabilité et responsabilité environnementale et sociale à long terme. • Exemples de modèles économiques plus durables • Les modèles économiques du tourisme durable mettent souvent l'accent sur des activités à faible impact environnemental, l'approvisionnement local et la gestion communautaire. On peut citer, par exemple, les écolodges utilisant des énergies

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	renouvelables, les voyagistes proposant des voyages neutres en carbone et les hôtels appliquant les principes de l'économie circulaire. Ces modèles privilégient la création de valeur à long terme plutôt que les profits à court terme. En réduisant l'impact environnemental et en soutenant les communautés locales, ils contribuent à rendre le secteur du tourisme plus résilient. • Préparation d'un exemple de proposition de nouveau modèle d'entreprise (travail en groupe)
ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE AUTODIRIGÉ (4 HEURES)	
Lectures, vidéos, podcasts et autres ressources	- Ouvrages scientifiques/articles scientifiques sur le sujet - Vidéos et documentaires sur le sujet - Livres et autres lectures - Autres ressources
Activité	Dans cette section, vous pouvez réaliser une activité pour évaluer le module. Vous êtes libre de choisir le type d'activité : rédigez un article, une dissertation ou autre. Préparez une courte vidéo sur ce que vous avez appris. N'hésitez pas à proposer toute autre activité !

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Modèle du Modèle Économique

Éléments du modèle économique	Information clé
1 Segments de clientèle (principaux groupes cibles) *Description du principal groupe de clients, de leur potentiel de demande et de leurs besoins essentiels*	**2 Valeurs fournies** *Quelles valeurs constitueront les piliers de la nouvelle offre commerciale destinée au client ?*
3 Sources de revenu *Description des principaux produits* *Quels produits seront proposés aux clients ?* *Comment les clients paieront-ils les produits/services (paiement unique, tarif à la nuitée, abonnement, etc.) ?*	**4 Structure des coûts** *Quels sont les principaux coûts liés au modèle envisagé ?* *À combien s'élèvent les marges prévues ?* *Quelle est la structure des coûts ?*
5 Ventes et canaux de distribution *Description des canaux de vente et de distribution*	**6 Relation avec la clientèle** *Comment attirer et fidéliser les clients, quels outils et stratégies mettre en œuvre.* *Idées, stratégies et outils marketing.*
7 Ressources clés *Principales ressources nécessaires à la mise en œuvre du nouveau modèle économique* *Ressources clés à obtenir pour la mise en œuvre du modèle.*	**8 Partenaires clés** *Principaux partenaires du modèle économique (fournisseurs, partenaires commerciaux, etc.). Description des principaux groupes et des relations entretenues avec eux.*
9 Calendrier de mise en œuvre (plan d'action) *Description des principales activités/tâches nécessaires à la mise en œuvre du modèle dans la pratique professionnelle*	

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Lectures, vidéos, podcast et autres ressources

Les meilleurs podcasts sur l'écotourisme et la durabilité environnementale

Le « Tourism RESET » (Rebecca Woolford)	● **Thème central : Repenser la manière dont le voyage peut être au service des personnes, des lieux et de la nature, avec des analyses approfondies sur l'écotourisme, le carbone, le tourisme communautaire et la conservation.** ● **https://kiwanotourism.com/stories/the-tourism-reset/**
GOOD Awaits (Centre pour le GOOD Travel)	● **Thème central** : Une exploration du tourisme régénérateur, comment le tourisme peut non seulement réduire les impacts négatifs, mais aussi contribuer activement à l'amélioration des communautés et de l'environnement, à travers des témoignages provenant de Nouvelle-Zélande et d'ailleurs. ● https://www.good-travel.org/storytelling/good-awaits-podcast
Curious Tourism : le podcast du voyage responsable	● **Thème** : Des épisodes courts et concrets sur la manière dont les voyageurs peuvent intégrer le développement durable et réduire au minimum les impacts négatifs lors de la planification de leurs voyages. ● https://podcast.feedspot.com/sustainable_tourism_podcasts/

Les meilleurs articles sur l'écotourisme et la durabilité environnementale

Modèle PLS-PM pour le développement durable de l'écotourisme : (Sciendo, étude de cas du parc naturel d'Ulytau, au Kazakhstan)	● **Thème central : une approche combinant recherche quantitative et qualitative visant à élaborer un modèle prédictif pour le développement durable de l'écotourisme, fondé sur les perceptions des communautés et la planification stratégique.** ● **https://reference-global.com/article/10.2478/eoik-2025-0019**
Vers un tourisme vert : le rôle des énergies renouvelables pour un tourisme durable... (Frontiers in Sustainable Tourism / région BIMSTEC)	● **Thème** : Cet article examine comment les énergies renouvelables peuvent atténuer les impacts environnementaux du tourisme en Asie du Sud et du Sud-Est, en mettant en évidence la synergie entre le tourisme et les énergies vertes. ● https://www.frontiersin.org/journals/sustainable-tourism/articles/10.3389/frsut.2025.1512922/full

Les meilleures vidéos de 2025 sur l'écotourisme et la durabilité environnementale

Écotourisme 2025 : une nouvelle façon de voyager et de	● **En bref : Cet article passe en revue des destinations respectueuses de l'environnement, des projets de tourisme**

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

02

MASTERCLASSE 2

Tourisme Culturel & Durabilité Sociale

Masterclasse 2 : Tourisme Culturel & Durabilité Sociale

Titre du module	**Tourisme Culturel & Durabilité Sociale**
Groupe cible	• Propriétaires d'entreprises du secteur du tourisme et de l'hôtellerie • Directeurs d'entreprise • Formateurs en EFP
Introduction	Cette masterclass explore les liens entre le tourisme culturel et la durabilité sociale, en examinant comment les expériences de voyage peuvent favoriser la compréhension culturelle, préserver le patrimoine et contribuer au bien-être des communautés. Les participants analyseront le rôle du tourisme dans la promotion de l'identité culturelle, de l'équité et de l'inclusion, tout en abordant des défis tels que le surtourisme, la marchandisation de la culture et les déplacements sociaux. À travers des études de cas et des cadres pratiques, cette session propose des stratégies pour développer des modèles de tourisme responsable qui privilégient l'engagement local, les pratiques éthiques et l'impact social à long terme.
Acquis d'apprentissage	1. Comprendre les liens entre le tourisme culturel et la durabilité sociale dans des contextes mondiaux et locaux. 2. Identifier les principaux défis et opportunités liés au développement d'initiatives de tourisme culturel socialement responsables. 3. Analyser les implications sociales, culturelles et éthiques du tourisme sur les communautés locales et la préservation du patrimoine. 4. Appliquer des pratiques durables à la planification touristique afin de promouvoir la diversité culturelle, l'inclusion et l'équité. 5. Concevoir des stratégies favorisant des échanges culturels authentiques et des avantages à long terme pour les communautés.
Durée	7 heures
Préparation	Le formateur : - Passe en revue la structure, les objectifs et les activités du module. - S'assure de disposer du matériel nécessaire : un projecteur, des affiches, des tableaux à feuilles mobiles, des documents à distribuer et un accès aux vidéos.
PLAN DU COURS (2 HEURES)	
Vidéo	**Comment choisir une destination durable** Dans cette conférence TEDxBarcelona, la conférencière Khalisah Stevens

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	présente au public les principes et les critères permettant de choisir des destinations de voyage qui respectent les valeurs de durabilité. Elle aborde les facteurs environnementaux, sociaux et culturels que les voyageurs doivent prendre en compte pour minimiser les impacts négatifs et maximiser les contributions positives aux communautés d'accueil. À travers des exemples et des conseils concrets, cette présentation offre un cadre pratique pour prendre des décisions de voyage plus responsables. https://youtu.be/P4Ipb5radew?si=5nhQxplAiORhF5AH
Module du développement	**A. Introduction du module (5 min)** Brève présentation et introduction au module, aux objectifs, au cadre théorique, etc. **B. Développement du module (1h 45 min)** **Étape 1. Accueil et activité de mise en route** (5 minutes) ● Petit tour de table ● Demandez : « Qu'est-ce qui vous vient à l'esprit quand vous entendez parler de « tourisme durable » ? » (Noter les réponses sur le tableau à feuilles mobiles) **Étape 2. Exercice de réflexion : Qu'est-ce que le tourisme durable ?** (20 minutes) Les participants identifieront les pratiques durables déjà en place dans leur communauté et réfléchiront à la manière dont un prestataire touristique local pourrait adopter des principes durables, tout en analysant l'impact potentiel sur la communauté. Seuls ou par deux, réfléchissez aux principes de développement durable abordés dans ce module. ● Partie 1 : Réfléchissez à votre communauté : citez 1 ou 2 exemples de bonnes pratiques favorisant le développement durable (transports écologiques, approvisionnement local en denrées alimentaires, gestion des déchets, tourisme communautaire). Ecrivez : ● La pratique ● Pourquoi est-elle durable ● Quels principes de développement durable incarne-t-il (gestion responsable de l'environnement, participation communautaire, viabilité économique) Partie 2 : Imaginez maintenant un prestataire touristique local (hôtel, guide touristique, site culturel) qui pourrait être plus durable. Répondez aux questions suivantes : ● Quels changements ou mesures pourraient-ils mettre en œuvre pour être plus durables ? ● Quels principes de durabilité ces changements permettraient-ils de soutenir ? ● Quel impact ces changements auraient-ils sur la communauté

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

(création d'emplois, avantages environnementaux, préservation culturelle) ?

Encouragez les participants à s'inspirer d'exemples concrets et à proposer des idées créatives, mais réalistes (passer à l'énergie solaire, engager des guides locaux, réduire l'utilisation du plastique).

Demandez aux volontaires ou à chaque groupe de présenter une idée issue de la partie 1 et une autre issue de la partie 2.

Notez-les au tableau afin d'identifier les thèmes communs ou les idées particulièrement innovantes.

Questions pour approfondir la discussion :

- Quels défis les acteurs du secteur touristique pourraient-ils rencontrer pour devenir plus durables ?
- Comment les communautés peuvent-elles accompagner ces transitions ?

Étape 3. Élaboration du contenu : Tourisme durable (60 minutes)

Thèmes à aborder :

1. Introduction au tourisme culturel
2. Impacts environnementaux du tourisme
3. Nouvelles formes d'offres plus durables pour le tourisme d'aventure
4. Innovation et outils numériques
    - Outils de mise en œuvre
5. Financer la transition vers de nouveaux modèles économiques

Étape 4. Discussion en groupe : applications locales

Tâche : En binômes ou en groupes (10 minutes)

- Identifiez un enjeu ou une opportunité touristique local(e) pour lequel/laquelle la durabilité pourrait être améliorée.
- Donnez des exemples illustrant comment la formation ou l'éducation pourraient contribuer à cette amélioration.
- L'animateur circule parmi les groupes et les aide à mener leur réflexion.

Étape 5. Conclusion et évaluation (25 minutes)

- Bref récapitulatif des points clés
- Partagez vos dernières réflexions.
- Discutez des questions proposées dans la section « Activités ».
- Orientez les participants vers les ressources d'apprentissage autonome (SDL) et expliquez l'activité qui suit cette phase d'apprentissage autonome.

C. Conclusion (10 min)

Alors que nous clôturons ce module consacré aux principes du tourisme durable, les participants devraient désormais avoir une meilleure compréhension de la manière dont le tourisme peut devenir un moteur positif pour la protection de l'environnement, le bien-être social et la résilience économique. À travers des activités interactives, des moments

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	de réflexion et la conférence TEDx de Khalisah Stevens, nous avons exploré comment les choix individuels et les actions menées au niveau communautaire façonnent la durabilité d'une destination. Les participants ont identifié des pratiques durables au sein de leurs propres communautés, évalué les possibilités d'amélioration chez les prestataires touristiques locaux et discuté des moyens concrets par lesquels l'éducation et la formation peuvent soutenir les transitions durables. Ces réflexions soulignent que le tourisme durable n'est pas un modèle figé, mais un engagement continu qui nécessite une prise de conscience, une collaboration et de l'innovation. En mettant en pratique les principes abordés (gestion responsable de l'environnement, participation communautaire et responsabilité économique), les participants sont désormais mieux armés pour prendre des décisions éclairées, qu'ils soient voyageurs, éducateurs ou professionnels du tourisme. Le chemin vers la durabilité est collectif, et les petits gestes accomplis au niveau local peuvent générer des changements significatifs à long terme. Ce module encourage la réflexion continue, l'engagement communautaire et l'adoption de stratégies concrètes qui contribuent à un développement touristique plus responsable et plus résilient.
CONTENU DU COURS	
Introduction au tourisme culturel	Le tourisme culturel est un type de tourisme axé sur la découverte et l'expérience de la culture, du patrimoine et des traditions d'un lieu. Il consiste à visiter des musées, des monuments et des festivals, ainsi qu'à interagir avec les communautés locales afin de comprendre leur mode de vie. Ses principes fondamentaux incluent le respect de la culture locale, l'authenticité, la participation communautaire et la durabilité, garantissant ainsi la préservation des expressions culturelles et le bénéfice des activités touristiques pour les populations locales. Contrairement au tourisme de masse, qui est à grande échelle, standardisé et vise principalement les loisirs et le profit, le tourisme culturel favorise des expériences plus modestes et plus enrichissantes, axées sur l'apprentissage, le respect et l'échange. Il vise à créer des retombées sociales et culturelles positives tout en soutenant le développement communautaire.
Impacts environnementaux du tourisme	• Principales pressions environnementales (émissions de GES, perte de biodiversité, production de déchets) • Commercialisation excessive de la culture • Expulsion et gentrification • Emplois saisonniers et précaires
De nouvelles formules plus durables pour le tourisme culturel	• Tourisme culturel communautaire • Tourisme créatif • Expériences liées au patrimoine vivant • Itinéraires et sentiers culturels • Patrimoine culinaire et tourisme gastronomique • Programmes d'échanges interculturels

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	• Tourisme culturel inclusif
Innovation et outils numériques	• Récits numériques et interprétation du patrimoine en réalité virtuelle (RV) et réalité augmentée (RA) • Cartographie culturelle par SIG • Outils de billetterie intelligente et de gestion des flux de visiteurs • Plateformes culturelles en ligne • Outils de traduction et d'accessibilité basés sur l'intelligence artificielle
Outils de mise en œuvre	• Boîte à outils de l'UNESCO pour le tourisme durable • Réseau des Capitales européennes de la culture / Villes créatives • Normes du tourisme équitable et de la Charte éthique • Évaluations de l'impact culturel (EIC) • Modèles de partage des bénéfices avec les communautés
Financer la transition vers de nouveaux modèles économiques	• Estimation des coûts de transformation et des besoins d'investissement • Sources de financement : programme LIFE de l'UE, Horizon Europe, microcrédits verts
EXERCICES DE RÉSEAUTAGE (1 HEURE)	
Etudes de cas	**Kyoto, Japon – Patrimoine et engagement communautaire** Kyoto met à profit ses temples, ses jardins et ses cérémonies traditionnelles pour promouvoir le tourisme culturel. Les habitants et les artisans locaux participent à des ateliers et à des spectacles, garantissant ainsi des expériences authentiques. Le tourisme génère d'importantes retombées économiques, mais pose également des défis tels que la congestion et la pression sur le logement et les services publics. **Cusco et Machu Picchu, Pérou – Tourisme culturel communautaire** Cusco allie patrimoine inca et colonial et encourage un tourisme impliquant les communautés locales. Les visiteurs découvrent les traditions quechuas, la cuisine locale et l'artisanat, ce qui génère des revenus et renforce l'identité culturelle. Une gestion durable protège les sites archéologiques et réduit les pressions sur l'environnement, même si le tourisme de masse reste un défi. **Barcelone, Espagne – Tourisme urbain culturel et créatif** Barcelone intègre l'art, l'architecture et la gastronomie dans son tourisme urbain. Les quartiers culturels et les événements impliquent à la fois les habitants et les visiteurs, favorisant ainsi l'inclusion sociale. Le tourisme contribue de manière significative à l'économie, mais nécessite une gestion rigoureuse des infrastructures urbaines et des services publics afin d'assurer sa durabilité.
Création de nouveaux modèles économiques et développement durable sur le plan culturel et social	**Objectif** : Apprendre à concevoir des entreprises touristiques durables sur le plan culturel et social à l'aide d'outils pratiques. **Contenu et activités :** 1. Méthodologie CANVAS : Brève introduction au modèle d'entreprise CANVAS, un outil permettant de cartographier les éléments clés d'une entreprise (proposition de valeur, segments

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

de clientèle, canaux de distribution, sources de revenus, activités clés, ressources, partenariats, structure des coûts), en mettant l'accent sur la durabilité sociale.

2. Modèle de modèle d'entreprise : court modèle montrant comment structurer une entreprise de tourisme culturel intégrant la participation communautaire, la préservation du patrimoine et des bénéfices équitables.
3. Exemples : demander aux participants de fournir 2 à 3 exemples concrets d'entreprises de tourisme culturel illustrant la durabilité sociale (par exemple, visites patrimoniales animées par la communauté, quartiers culturels urbains, ateliers d'artisans).
4. Exercice de groupe : En petits groupes, les participants utiliseront la méthodologie CANVAS et le modèle pour créer un nouveau modèle d'entreprise de tourisme culturel. Chaque groupe présente brièvement son idée à la classe.

Résultat : Les participants comprennent comment appliquer CANVAS et un modèle de modèle d'entreprise pour concevoir des entreprises touristiques socialement responsables, culturellement authentiques et axées sur la communauté.

ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE AUTODIRIGÉ (4 HEURES)

Lectures, vidéos, podcasts et autres ressources

Vidéos et documentaires sur le sujet

Le tourisme : un lien essentiel entre les communautés | Patrick Tuttle | TEDxMSSU (15 minutes)

Dans cette conférence TEDx, Patrick Tuttle examine comment le tourisme joue un rôle essentiel de lien entre les communautés, en favorisant les échanges culturels, la compréhension mutuelle et le développement commun. Il insiste sur le fait qu'il ne faut pas considérer le tourisme comme une simple activité économique, mais comme une force sociale qui renforce les liens humains.

https://youtu.be/AqQW-N5Y7b8?si=-jmHoJPYYxmtLnPO

Surtourisme : comment être un touriste responsable – Podcast « The Global Story », BBC World Service (15 minutes)

Cette vidéo, qui reprend un épisode de podcast, aborde les défis posés par le surtourisme et examine comment un afflux excessif de visiteurs peut mettre à rude épreuve les communautés locales, les ressources naturelles et le patrimoine culturel. Les animateurs discutent des solutions possibles, telles que la répartition des visiteurs, la mise en place de quotas touristiques et la promotion d'un comportement responsable chez les voyageurs, afin de protéger les destinations et les communautés.

https://youtu.be/gfcKTMN-5CI?si=JadgnLNf3x0NMD6h

Voyages CAS : des voyages pour les étudiants citoyens du monde (5 minutes)

Le film suit des groupes scolaires à Lisbonne qui vivent des expériences authentiques et durables aux côtés des habitants, notamment en apprenant des techniques artisanales auprès de femmes âgées, en cuisinant avec des chefs locaux et en fabriquant des azulejos traditionnels

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	portugais. CAS Trips met l'accent sur l'impact social, la sensibilisation à l'économie circulaire et la promotion de la citoyenneté mondiale à travers des interactions culturelles immersives et pratiques. https://sustainabletravel.org/episode/cas-trips-student-travel-programs/ **L'essor du tourisme culturel | Tout ce qu'il faut savoir sur le tourisme culturel (15 minutes)** Le tourisme culturel connaît un essor croissant à travers le monde. Si presque tous les séjours de vacances comportent une forme ou une autre de tourisme culturel, celui-ci prend des formes très différentes selon les contextes. Dans cette vidéo, je vous présente en détail le secteur du tourisme culturel, je vous donne de nombreux exemples de tourisme culturel et j'aborde ses avantages et ses inconvénients. https://www.youtube.com/watch?v=jMEQI6KNNWs Littérature/articles scientifiques sur le sujet **Mesure et évaluation de l'influence des indicateurs de durabilité culturelle sur le développement du tourisme culturel durable : élaboration et validation d'une échelle (85 minutes)** Cette étude élabore et évalue une nouvelle échelle d'indicateurs de durabilité culturelle (CSI) afin d'analyser leur impact sur le développement du tourisme culturel durable (SCTD). Les résultats montrent que la plupart des CSI — tels que l'authenticité, la sensibilisation et l'autonomisation — ont une influence positive sur le SCTD, soulignant ainsi le rôle clé de la culture dans la mise en œuvre d'un tourisme durable. **La place et le rôle des labels environnementaux dans l'hébergement touristique : une analyse fondée sur une enquête pour l'Union européenne (45 minutes)** Cette étude souligne que, si les outils de l'UE tels que le label écologique de l'UE soutiennent la transition écologique et la contribution du tourisme au Pacte vert pour l'Europe, une harmonisation et une transparence accrues sont nécessaires pour améliorer leur efficacité. https://www.mdpi.com/2673-5768/6/1/22
Activité	Article ou billet de blog (600 à 800 mots) Rédigez un article captivant intitulé : **« Le tourisme culturel peut-il contribuer à bâtir une société plus durable ? »** Votre article doit : ● Expliquez de manière simple le lien entre culture, tourisme et développement durable. ● Citez au moins un exemple concret (ville, site patrimonial, initiative communautaire). ● Utilisez des illustrations ou des liens (s'il s'agit d'un support numérique) afin de rendre le texte attrayant pour un large public.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Modèle de Modèle Économique

Éléments du modèle économique	Information clé
1 Segments de clientèle (principaux groupes cibles) *Description du principal groupe de clients, de leur potentiel de demande et de leurs besoins essentiels*	**2 Valeurs fournies** *Quelles valeurs constitueront les piliers de la nouvelle offre commerciale destinée au client ?*
3 Sources de revenu *Description des principaux produits* *Quels produits seront proposés aux clients ?* *Comment les clients paieront-ils les produits/services (paiement unique, tarif à la nuitée, abonnement, etc.) ?*	**4 Structure des coûts** *Quels sont les principaux coûts liés au modèle envisagé ?* *À combien s'élèvent les marges prévues ?* *Quelle est la structure des coûts ?*
5 Canaux de vente et de distribution *Description des activités de vente et de distribution*	**6 Relation avec la clientèle** *Comment attirer et fidéliser les clients, quels outils et stratégies mettre en œuvre.* *Idées, stratégies et outils marketing.*
7 Ressources clés *Principales ressources nécessaires à la mise en œuvre du nouveau modèle économique* *Ressources clés à obtenir pour la mise en œuvre du modèle.*	**8 Partenaires clés** *Principaux partenaires du modèle économique (fournisseurs, partenaires commerciaux, etc.). Description des principaux groupes et des relations entretenues avec eux.*
9 Calendrier de mise en œuvre (plan d'action) *Description des principales activités/tâches nécessaires à la mise en œuvre du modèle dans la pratique professionnelle*	

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

03

MASTERCLASSE 3

Tourisme d'Aventure et Durabilité Économique

Masterclasse 3 : Tourisme d'Aventure et Durabilité Économique

Titre du module	**Tourisme d'Aventure et Durabilité Économique**
Groupe cible	• Propriétaires d'entreprises du secteur du tourisme et de l'hôtellerie • Directeurs d'entreprise • Formateurs en formation professionnelle
Introduction	Le tourisme d'aventure joue un rôle de plus en plus important dans les économies touristiques contemporaines, en particulier dans les destinations rurales et axées sur la nature. Grâce à des activités qui reposent sur des services de guidage, du matériel, des hébergements et des chaînes d'approvisionnement locales, il a le potentiel de générer des revenus, des emplois et des opportunités entrepreneuriales. Dans le même temps, les entreprises de tourisme d'aventure opèrent dans des contextes marqués par la saisonnalité, la dépendance à l'environnement, les risques financiers et les chocs externes. La durabilité économique devient donc une préoccupation centrale tant pour les entreprises individuelles que pour les destinations. Ce module explore comment les entreprises de tourisme d'aventure peuvent renforcer leur viabilité économique grâce à des modèles d'affaires durables, des outils pratiques et des décisions d'investissement éclairées, tout en restant ancrées dans leur contexte local.
Acquis d'apprentissage	À l'issue de ce module, les participants seront en mesure de : 1. Expliquer le rôle du tourisme d'aventure dans la promotion de la durabilité économique locale et régionale 2. Identifier des outils concrets pour mettre en œuvre des modèles économiques durables dans les entreprises de tourisme d'aventure 3. Évaluer les options de financement qui favorisent la transition vers des modèles de tourisme d'aventure plus durables et plus résilients 4. Utiliser des indicateurs de base pour suivre la durabilité économique des entreprises de tourisme d'aventure
Durée	7 heures
Préparation	Le formateur : - Passe en revue la structure, les objectifs et les activités du module. - S'assure de disposer du matériel nécessaire : un projecteur, des affiches, des tableaux à feuilles mobiles, des documents à distribuer et un accès aux vidéos.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

STRUCTURE DU COURS (2 HEURES)	
Vidéo	**Présentation** : Cette vidéo traite du tourisme durable et des voyages d'aventure. Elle explique comment les voyageurs peuvent découvrir le monde tout en respectant l'environnement et les cultures locales, en alliant des expériences de plein air passionnantes à des pratiques responsables qui réduisent au minimum l'impact écologique. **Regarder :** https://www.youtube.com/watch?v=4gPsDQCbJy0
Développement du module	● **Introduction du module (5 min)** Le tourisme d'aventure joue un rôle de plus en plus important dans les économies locales et régionales, en particulier dans les destinations rurales et axées sur la nature, où les petites entreprises et les services de guides sont étroitement liés aux ressources et aux communautés locales. Si ce secteur peut générer des revenus, créer des emplois et offrir des opportunités entrepreneuriales, il évolue également dans des contextes marqués par la saisonnalité, des ressources limitées, l'incertitude financière et une dépendance vis-à-vis des environnements naturels et sociaux. Assurer la viabilité économique à long terme nécessite donc plus qu'une rentabilité à court terme ; cela exige des modèles économiques qui utilisent les ressources de manière responsable, favorisent des moyens de subsistance stables et restent compatibles avec les conditions environnementales et sociales locales. Ce module présente le tourisme d'aventure sous l'angle de la durabilité économique, en mettant l'accent sur la manière dont les entreprises peuvent renforcer leur résilience et leur rentabilité à long terme tout en contribuant positivement à leur destination. Les participants exploreront les concepts clés, les outils pratiques et les approches de financement qui permettent d'aligner la performance économique sur une utilisation responsable des ressources et la création de valeur locale, favorisant ainsi la prospérité des générations actuelles et futures. ● **Développement du module (1h 45 min)** **Étape 1. Accueil et activité de mise en route** (5 minutes) ● Petit tour de table ● Demandez : « Qu'est-ce qui vous vient à l'esprit quand vous entendez parler de « tourisme d'aventure » ? » (Notez les réponses sur Mentimeter ou une autre plateforme en ligne) **Étape 2. Exercice de réflexion : Qu'est-ce que le tourisme durable ?** (15 minutes) Sujets de discussion en groupe : ● Quels avantages économiques le tourisme d'aventure apporte-t-il à votre région ? ● Quels risques économiques avez-vous observés ? **Étape 3. Élaboration du contenu : Tourisme durable** (50 minutes) **Thèmes abordés :** 1. Introduction au tourisme d'aventure 2. Impacts sociaux, environnementaux et économiques du tourisme

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

d'aventure
3. Nouvelles formes d'offres plus durables dans le domaine du tourisme d'aventure
4. Innovation et outils numériques au service de la durabilité économique
5. Outils de mise en œuvre
6. Financement de la transition vers de nouveaux modèles économiques

Étape 4. Activité : Innovation et outils numériques au service de la durabilité économique

Tâche : Petits groupes (3–5 participants) (25 minutes)

- Répartissez les participants en petits groupes et attribuez-leur (ou laissez-les choisir) un scénario lié au tourisme d'aventure, par exemple (3 minutes) : une entreprise locale de randonnée ou de trekking / un opérateur de rafting ou de kayak / une destination de VTT ou d'escalade / une initiative communautaire de tourisme d'aventure / un voyagiste spécialisé dans la nature au sein d'un écosystème fragile.
- Chaque groupe répond à la question : « Quels sont les principaux défis en matière de durabilité économique auxquels cette entreprise est confrontée ? » (6 minutes). Invitez-les à réfléchir aux aspects suivants : saisonnalité, faibles marges, dépendance excessive vis-à-vis des intermédiaires, opérations inefficaces, accès limité aux marchés, manque de données pour la prise de décision. Ils doivent énumérer 2 à 3 défis clés.
- Les groupes réfléchissent à des solutions numériques ou innovantes susceptibles de relever ces défis (8 minutes) : « Quels outils numériques pourraient aider cette entreprise à gagner plus sans accroître les impacts négatifs ? ». Les groupes sélectionnent 1 à 2 outils et expliquent : en quoi cela améliore la durabilité économique ; pourquoi cela convient spécifiquement au tourisme d'aventure.
- Partage rapide (8 minutes) : chaque groupe présente : le défi qu'il a choisi, un outil numérique/une innovation, un avantage clair (par exemple, des marges plus élevées, une meilleure gestion des visiteurs, des revenus diversifiés).

Étape 5. Synthèse et évaluation (10 minutes)

- Bref récapitulatif des points clés
- Partagez vos dernières réflexions.
- Discutez des questions proposées dans la section « Activités ».
- Orientez les participants vers les ressources d'apprentissage autonome (SDL) et expliquez l'activité qui suit cette phase d'apprentissage autonome.
- **Conclusion (10 min)**

La durabilité économique est essentielle à la viabilité à long terme des entreprises de tourisme d'aventure et à la résilience des destinations dans lesquelles elles opèrent. Tout au long de ce module, les participants

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

ont examiné comment le tourisme d'aventure peut générer une valeur économique stable tout en restant compatible avec les conditions environnementales et sociales locales. En mettant l'accent sur la planification à long terme, l'utilisation efficace des ressources et des liens locaux solides, les entreprises de tourisme d'aventure peuvent renforcer leur rentabilité tout en réduisant leur vulnérabilité économique.

La combinaison de théorie et de pratique proposée dans ce module a permis aux participants de comprendre que la durabilité économique est un pilier fondamental du tourisme vert, de reconnaître le potentiel du tourisme d'aventure pour soutenir des économies locales résilientes, d'identifier l'importance de l'innovation, des partenariats et de la diversification dans la réduction des risques financiers, et d'adopter une vision à long terme pour concilier rentabilité, stabilité et création de valeur locale.

Pour les chefs d'entreprise, le message clé est que la performance économique durable repose sur la résilience plutôt que sur des gains à court terme. Pour les formateurs de l'enseignement et de la formation professionnels, l'accent est mis sur la traduction de ces principes en outils pratiques et en activités d'apprentissage qui reflètent les contextes commerciaux réels.

La durabilité économique dans le tourisme d'aventure passe par une amélioration continue. Même des actions modestes et concrètes, telles que l'ajustement d'une offre d'activités, le renforcement d'un partenariat ou l'amélioration des pratiques de planification, peuvent contribuer à rendre les entreprises plus résilientes et les destinations plus durables.

CONTENU DU COURS

1. Introduction au tourisme d'aventure

Définition et principe

Le tourisme d'aventure est généralement défini comme « une forme de voyage qui allie activité physique, contact avec la nature et, souvent, une certaine immersion culturelle. Il implique généralement un certain degré de risque perçu ou d'incertitude et peut aller d'activités douces et peu risquées à des expéditions exigeantes et à haut risque » (Huddart & Stott, 2019). Des études récentes définissent le tourisme d'aventure autour de trois éléments étroitement liés :

- Risque et danger (réels ou perçus) ;
- Activité physique et défi ;
- Environnements naturels (souvent isolés) et/ou immersion culturelle profonde.

Type d'aventure	Caractéristiques typiques	Exemples
Aventure douce	Risque faible à modéré, accessible à la plupart des gens, encadré, de courte durée (Janowski et al., 2021 ; Mykletun, 2018 ; Huddart & Stott, 2019 ; Petroman et al., 2018)	Randonnées guidées, équitation, plongée avec tuba, ski alpin, ski nautique, rafting facile, vélo, balades sur les glaciers sur des itinéraires balisés, camping.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Aventure intense	Un niveau de compétence, d'effort et de risque plus élevé ; recoupe les sports extrêmes (Janowski et al., 2021 ; Mykletun, 2018 ; Swarbrooke et al., 2003 ; Buckley, 2012)	Escalade sur rocher et sur glace, randonnées en pleine nature, spéléologie, kayak en eaux vives, parachutisme, VTT

Les principaux acteurs mondiaux du tourisme d'aventure sont :

- **Croissance rapide et généralisation** : le tourisme d'aventure est passé d'une activité de niche à un segment touristique mondial grand public, affichant une forte croissance avant la COVID-19 et une expansion soutenue après la pandémie.
- **Prédominance des activités d'aventure douce** : les activités d'aventure douce dominent désormais le marché, surpassant les formes d'aventure extrême et à haut risque.
- **Nouveaux segments de consommateurs** : la participation s'élargit pour inclure les seniors et les familles, tandis que les jeunes consommateurs privilégient de plus en plus les « micro-aventures » courtes et locales.
- **Moteurs post-pandémie** : la santé, le bien-être, la réduction du stress, le développement personnel et les liens sociaux constituent désormais des moteurs clés, positionnant le tourisme d'aventure comme un outil de rétablissement psychologique.
- **Mondialisation et nouvelles destinations** : des régions nouvelles et non traditionnelles, en particulier dans les pays en développement, émergent comme destinations de tourisme d'aventure grâce à un accès amélioré et à la distribution numérique.
- **Influence du numérique et des réseaux sociaux** : les réseaux sociaux influencent fortement le choix des destinations et les modes de participation, mettant en avant de nouvelles activités.

Les principales tendances européennes et régionales sont les suivantes :

- **Une demande portée par les jeunes et la génération Y** : la génération Y représente une part importante des voyages à l'étranger et influence fortement la demande d'expériences d'aventure actives, en pleine nature et médiatisées par le numérique.
- **Essor des aventures en pleine nature et aquatiques** : cette croissance s'est intensifiée pendant et après la pandémie de COVID-19 en raison d'une demande accrue pour des loisirs en pleine nature et à faible densité.
- **L'aventure comme activité « quotidienne » et accessible** : le tourisme d'aventure est de plus en plus présenté comme accessible plutôt qu'extrême.
- **Micro-aventures et nature de proximité** : les expériences d'aventure courtes et de proximité sont de plus en plus préférées

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

aux voyages longue distance.

- **Implications en matière de politiques et de produits** : le tourisme d'aventure et le tourisme actif sont considérés comme des niches de croissance prioritaires dans les politiques touristiques. Ils sont mis à profit pour la diversification des destinations, le développement rural et les objectifs de durabilité.

Principales tendances de la demande / motivations

La demande en matière de tourisme d'aventure est vaste et se subdivise en fonction de l'âge, de la culture, des motivations et des préférences en matière d'activités « sportives » ou « de détente ». Des études ont mis en évidence plusieurs marchés cibles distincts, caractérisés par des attentes et des habitudes de consommation différentes.

Principaux axes de motivation dans la demande d'aventures :

- Détente et évasion dans la nature (large public, y compris les familles et les seniors) ;
- Sensations fortes, peur, défi, découverte de soi (jeunes, aventures extrêmes) ;
- Apprentissage et développement des compétences, immersion culturelle (jeunes, voyageurs cultivés) ;
- Sécurité, biosécurité, durabilité (après la COVID, tous âges).

Caractéristiques sociodémographiques et culturelles :

- **Sexe et âge** : Le tourisme d'aventure présente des tendances nettes liées à l'âge et au sexe : les hommes et les jeunes adultes s'adonnent davantage à des activités d'aventure extrêmes et à haut risque, tandis que les femmes et les personnes âgées préfèrent des expériences plus douces et encadrées. Les jeunes générations, en particulier la génération Y et la génération Z, recherchent la nouveauté, la construction de leur identité et des expériences « transformatrices » pouvant être partagées sur les réseaux sociaux, tandis que les baby-boomers et les seniors privilégient de plus en plus des aventures modérées et bien encadrées, axées sur le plaisir, l'authenticité et l'interaction sociale plutôt que sur le risque ((Gross et al., 2023 ; Pomfret & Bramwell, 2016) ; (Schlegelmilch & Ollenburg, 2013 ; Reynolds & Hritz, 2012 ; Gardiner et al., 2023) ; (Chandel, 2022 ; Patterson, 2018 ; Alén et al., 2017).
- **Personnalité** : l'extraversion et le désir de « mieux se connaître » prédisent le choix d'aventures extrêmes (Gross et al., 2023).
- **Culture** : les jeunes partagent des identités sociales et une soif de nouveauté, ce qui suggère un marché mondial homogène de l'aventure pour les jeunes, mais avec des nuances culturelles dans la perception du risque et de la nature (Janowski et al., 2025 ; Gardiner et al., 2023).

Le rôle des PME et des micro-entreprises dans les écosystèmes du tourisme d'aventure

Les PME et les micro-entreprises constituent le pilier des écosystèmes du tourisme d'aventure. Elles sont les principaux prestataires de services liés

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	à l'aventure, des moteurs essentiels de la création de valeur et de l'innovation au niveau local, et apportent une contribution indispensable à la durabilité et au développement communautaire, tout en étant confrontées à des vulnérabilités structurelles dues à des ressources limitées. **Les rôles clés au sein des écosystèmes du tourisme d'aventure :** ● **Les principaux prestataires de services locaux** (guides, hébergement, transport, équipement, restauration), en particulier dans les destinations rurales et axées sur la nature, influencent fortement l'expérience des visiteurs et la compétitivité de la destination. ● **Piliers des chaînes de valeur locales et des écosystèmes d'innovation**, ils font le lien entre le tourisme et les producteurs locaux, les entreprises communautaires, les pouvoirs publics et les acteurs du secteur éducatif. ● **Gardiens du capital culturel et territorial,** utilisant de manière créative les paysages, le patrimoine et les savoirs locaux pour développer des offres d'aventure distinctives et à faible impact. ● **Moteurs de la durabilité socioculturelle** grâce à l'approvisionnement local, à l'inclusion, à l'éducation et à la collaboration communautaire. **Contraintes et implications politiques :** ● Les PME sont confrontées à des vulnérabilités persistantes liées au financement, aux compétences, aux capacités de gouvernance, à la saisonnalité et à l'exposition aux crises, ainsi qu'à des obstacles à la numérisation et à l'adoption de l'économie circulaire. ● Pour être efficaces, les écosystèmes du tourisme d'aventure nécessitent un renforcement ciblé des capacités, le développement du leadership, un soutien technologique, des plateformes de mise en réseau et des cadres politiques favorables, afin de permettre aux PME de proposer un tourisme d'aventure durable et de grande qualité.
2. Impacts sociaux, environnementaux et économiques du tourisme d'aventure	**Impacts sociaux et environnementaux** - Le tourisme d'aventure génère des retombées économiques, mais concentre les visiteurs et les activités dans des environnements fragiles, ce qui entraîne des pressions environnementales et sociales importantes. **Pressions environnementales :** ● Les transports (utilisation de la voiture et transport aérien) constituent la principale source d'émissions dans le secteur du tourisme d'aventure en Europe. ● Les expéditions en haute altitude organisées depuis l'Europe externalisent les émissions de carbone vers des régions éloignées. ● Le tourisme axé sur la nature porte atteinte à la végétation et à la

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

faune dans les zones protégées et rurales, ce qui nécessite une réglementation plus stricte.

- Les habitants perçoivent à la fois les retombées économiques et la dégradation de l'environnement liées à la croissance du tourisme.

Surtourisme et gentrification :

- Les destinations d'aventure sont confrontées à la surfréquentation, à la commercialisation et à la hausse des coûts du logement, à l'instar du surtourisme urbain.
- Les locations de courte durée et les entreprises axées sur le tourisme supplantent les fonctions résidentielles.
- Les villes de surf, de ski et d'escalade risquent de suivre la trajectoire de gentrification observée dans les grandes villes européennes.

Précarité de l'emploi :

- Le tourisme d'aventure repose largement sur une main-d'œuvre saisonnière, peu rémunérée et précaire.
- L'emploi dans le secteur du tourisme renforce souvent les inégalités sociales et économiques.
- Il existe un fossé socio-économique manifeste entre les touristes d'aventure et les travailleurs du secteur touristique.

Potentiel en matière de gestion responsable :

- Les activités d'aventure peuvent favoriser le bien-être et encourager des attitudes respectueuses de l'environnement.
- Une interprétation de qualité, une éducation à l'environnement et un leadership communautaire peuvent contribuer à orienter les impacts vers une gestion responsable.

Impacts économiques - Le tourisme d'aventure peut générer d'importantes retombées économiques locales, en particulier dans les régions rurales et périphériques, mais ces gains s'accompagnent de risques considérables liés à la volatilité, aux inégalités et à la viabilité à long terme. Une planification stratégique est donc essentielle pour transformer la croissance à court terme en valeur économique durable.

Impacts économiques positifs :

- Génère d'importantes dépenses locales en matière de services de guides, d'équipement, d'hébergement, de restauration et de transport, ce qui profite grandement aux petites économies régionales.
- Crée davantage d'emplois locaux par dollar dépensé que le tourisme de masse et intègre davantage d'entreprises locales dans les chaînes d'approvisionnement.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

- Produit de forts effets multiplicateurs grâce aux revenus indirects et induits, aux investissements dans les infrastructures et à la création de pôles régionaux.
- Favorise la diversification économique en ajoutant des activités de services et d'expériences aux économies agricoles ou fondées sur les ressources naturelles.
- Les modèles d'écotourisme et de tourisme d'aventure communautaires renforcent l'appropriation locale, la stabilité des revenus et le développement rural à long terme.

Risques et défis économiques :

- La forte saisonnalité et la dépendance au tourisme entraînent une instabilité des revenus, des capacités inutilisées et une faible croissance des entreprises.
- Une grande vulnérabilité aux chocs externes (pandémies, géopolitique, crises économiques) peut déclencher des cycles d'expansion et de récession.
- L'ambiguïté réglementaire accroît l'incertitude, les coûts de mise en conformité et décourage les investissements.
- Les lacunes en matière d'infrastructures, les risques liés à la sécurité et les risques environnementaux freinent la croissance dans de nombreuses régions d'aventure.
- La répartition inégale des bénéfices, les fuites économiques et les capacités locales limitées peuvent transférer la valeur vers des opérateurs externes.

Importance de la planification économique à long terme pour les entreprises de tourisme d'aventure :

- Une planification financière et de gestion de crise à long terme renforce la résilience, la stabilité de la trésorerie et la capacité de reprise en cas de chocs.
- La planification stratégique permet de concilier les recettes à court terme avec la durabilité environnementale, sociale et économique à long terme.
- Une planification intégrée associant les infrastructures, la gestion des risques, l'engagement communautaire et la protection de l'environnement renforce la demande tout au long de l'année et la résilience de la destination.

Priorités stratégiques clés pour les entreprises du secteur de l'aventure :

- Gestion responsable de l'environnement et certification visant à protéger les ressources naturelles, à réduire les coûts et à renforcer le positionnement sur le marché.
- Stratégies financières durables visant à améliorer l'accès au capital, à gérer les risques et à favoriser l'innovation verte.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	● Partenariats communautaires visant à garantir le soutien local, la prospérité partagée et la stabilité des destinations. ● Compétitivité sur le marché et innovation grâce à des investissements dans la sécurité, le développement de produits et les pratiques d'économie circulaire.
3 : De nouvelles formes d'offre plus durable pour le tourisme d'aventure	Le tourisme d'aventure évolue, passant d'une croissance axée sur le volume à des modèles axés sur la valeur qui privilégient la régénération des écosystèmes et des communautés, des expériences de grande qualité et l'utilisation circulaire des ressources. Plutôt que de se contenter de minimiser les dommages, les nouvelles offres d'aventure contribuent activement à la restauration de l'environnement, à la création de valeur sociale et à la résilience à long terme des destinations. **Passer d'un tourisme d'aventure axé sur le volume à un tourisme d'aventure axé sur la valeur :** ● Le tourisme d'aventure régénérateur intègre directement la conservation, la restauration des habitats et les initiatives sociales dans les expériences de voyage. ● Les modèles axés sur la valeur limitent le nombre de visiteurs, privilégient les PME locales et ciblent les segments à forte rentabilité afin de réduire la pression sur les ressources tout en augmentant les retombées économiques locales. **Innovation en matière de produits d'aventure durable :** ● Parmi les nouveaux formats, on trouve le trekking et le cyclisme régénératifs, les sentiers d'éco-aventure communautaires, les séjours « AWE » (aventure, bien-être et écotourisme), le tout-terrain encadré et les activités d'aventure douce aménagées dans l'espace. ● Les expériences en petits groupes et de longue durée réduisent la pression écologique tout en renforçant l'authenticité, l'apprentissage et les revenus locaux. ● Les guides locaux, les séjours chez l'habitant et la narration d'histoires renforcent l'expérience des visiteurs, la préservation culturelle et l'autonomisation des communautés. ● La combinaison de l'aventure avec des expériences culturelles, d'agrotourisme et axées sur la nature diversifie les revenus et soutient un développement conforme aux ODD. **Les principes de l'économie circulaire dans le tourisme d'aventure :** ● Les approches fondées sur l'économie circulaire remplacent les modèles touristiques linéaires par une utilisation efficace des ressources, une réduction des déchets et des systèmes régénératifs. ● La réutilisation, la réparation, la location et le partage d'équipements réduisent l'impact sur les ressources et séduisent les voyageurs soucieux de l'environnement.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	● L'approvisionnement local et les partenariats avec les agriculteurs, les fournisseurs d'énergie et les services de gestion des déchets raccourcissent les chaînes d'approvisionnement et renforcent les chaînes de valeur locales. ● Les plateformes numériques favorisent la mise en place d'écosystèmes touristiques circulaires en mettant en relation des prestataires certifiés avec des marchés soucieux de l'environnement. **Exemples tirés de cas de tourisme d'aventure durable :** ● Les modèles de randonnées et d'éco-aventure gérés par les communautés au Népal, au Sikkim et au Ladakh montrent que l'appropriation locale, le partage des bénéfices et la gestion des visiteurs peuvent à la fois soutenir les moyens de subsistance et la conservation. ● Les applications de l'économie circulaire dans les établissements d'hébergement européens et chinois démontrent comment les systèmes en circuit fermé réduisent les coûts et les impacts environnementaux tout en renforçant le positionnement sur le marché.
4. Innovation et outils numériques au service de la durabilité économique	La viabilité économique du tourisme d'aventure repose de plus en plus sur l'innovation numérique, qui favorise l'efficacité, la stabilité des revenus, la résilience et la réduction des coûts environnementaux et sociaux. ● **Efficacité opérationnelle et réduction des coûts** : des outils tels que le GPS, les applications mobiles, les appareils portables, les plateformes intelligentes et les systèmes de réservation basés sur les données améliorent la sécurité, la planification des itinéraires, la gestion des capacités et la tarification, ce qui permet de réduire les coûts opérationnels et de limiter les inefficacités. ● **Accès au marché et stimulation de la demande** : le marketing numérique, les réseaux sociaux, les aperçus en réalité augmentée/réalité virtuelle et la distribution via des plateformes élargissent la portée commerciale, atténuent la perception du risque et créent de nouvelles sources de revenus, en particulier pour les petits opérateurs d'activités d'aventure situés en milieu rural. ● **Soutien au développement durable et à l'économie circulaire** : la surveillance numérique, le suivi par code QR et les systèmes basés sur le cloud favorisent l'utilisation efficace des ressources, la réutilisation des équipements et les modèles économiques circulaires, ce qui permet de réduire les coûts et d'attirer une clientèle soucieuse de l'environnement. ● **Gestion des risques et résilience** : les données en temps réel, les appareils portables et l'analyse prédictive améliorent la sécurité, la gestion des crises et la gestion des destinations, protégeant ainsi la valeur de la marque et les revenus à long

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

terme.

- **Avantage concurrentiel à long terme** : les entreprises qui allient leadership numérique, éco-innovation et partage des connaissances renforcent leur capacité d'absorption écologique et acquièrent une compétitivité plus durable, axée sur la durabilité.

La numérisation n'est pas seulement une mise à niveau technologique, mais un levier stratégique qui permet d'améliorer l'efficacité, la sécurité, la durabilité et la rentabilité, même pour les petites entreprises du secteur du tourisme d'aventure.

Innovation / Espace outils	Comment cela contribue à la durabilité économique du tourisme d'aventure
GPS, applications mobiles, appareils portables	Améliorer la sécurité, la planification des itinéraires et les expériences en autonomie, tout en réduisant les coûts liés au guidage et à l'exploitation et en élargissant les marchés.
	Expériences en réalité augmentée et en réalité virtuelle Les aperçus avant le départ et les visites virtuelles réduisent la perception du risque, augmentent le nombre de réservations et ouvrent de nouvelles sources de revenus (excursions virtuelles, ventes hors saison).
Marketing numérique et réseaux sociaux	Les campagnes ciblées et les contenus générés par les utilisateurs permettent d'accroître la demande à moindre coût, ce qui est essentiel pour les petites agences d'aventure et les opérateurs locaux.
Plateformes intelligentes et mégadonnées	Les plateformes qui exploitent l'intelligence artificielle, le big data, l'Internet des objets et les systèmes de réservation optimisent la tarification, la capacité d'accueil et les flux de visiteurs, ce qui améliore la rentabilité et réduit le risque de surtourisme.
Solutions numériques pour l'économie circulaire	La gestion numérique des ressources, des déchets et de l'énergie aide les PME du secteur des activités de plein air à adopter des modèles circulaires, ce qui leur permet de réduire leurs coûts liés aux ressources et d'attirer une clientèle soucieuse de l'environnement. Des outils tels que les QR codes et les solutions basées sur le cloud permettent de suivre le matériel, les transports et les locations. Cela permet de réduire les pertes et d'optimiser la durée de vie des équipements.
Blockchain et technologies financières	Des transactions plus efficaces et transparentes, ainsi que des contrats intelligents pour les réservations et les assurances, permettent de réduire les frais d'intermédiation et de renforcer la confiance envers les petits prestataires d'activités d'aventure.
Gestion des connaissances et leadership numérique	Le leadership numérique, associé à des outils de partage des connaissances, renforce l'éco-innovation et la « capacité d'absorption écologique », créant ainsi un avantage concurrentiel durable.

5. Outils de mise en

Les entreprises de tourisme d'aventure sont généralement de petite taille,

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

œuvre	ancrées localement et étroitement liées aux communautés et aux écosystèmes locaux. C'est pourquoi il est essentiel de disposer d'outils pratiques et transparents pour favoriser une prise de décision durable sur les plans économique et social. Plusieurs cadres méthodologiques éprouvés facilitent la conception et la gestion d'entreprises de tourisme d'aventure durables : **Critères du Conseil mondial du tourisme durable (GSTC)** **- Les critères du GSTC** constituent le cadre de référence le plus largement reconnu en matière de développement durable dans le secteur du tourisme. Pour les opérateurs de tourisme d'aventure (par exemple, randonnée, rafting, escalade, tourisme d'observation de la faune sauvage), ces critères fournissent une norme de base pour une exploitation responsable, des conseils pour la conception de modèles économiques, un soutien pour la définition d'indicateurs clés de performance (KPI) en matière de développement durable, ainsi qu'une aide à la préparation aux processus de certification. **Indicateurs de tourisme durable de l'OMT** - Ces indicateurs constituent des outils de mesure permettant de suivre les performances en matière de durabilité, notamment la pression exercée sur les écosystèmes, l'impact des visiteurs sur les sentiers, la faune sauvage et les ressources en eau, ainsi que la création d'emplois et de revenus au niveau local. Les principaux outils de gestion de l'environnement et des risques sont les suivants : ● **Évaluation de l'impact sur l'environnement (EIE) -** Les EIE revêtent une importance particulière lors de la planification de nouvelles activités d'aventure ou d'infrastructures (par exemple, sentiers, gîtes, camps, routes d'accès). Elles permettent aux exploitants d'évaluer les impacts liés à l'érosion, à la gestion des déchets, au bruit et aux émissions, ainsi que leurs effets sur les cours d'eau, la faune et les écosystèmes. ● **Gestion des risques liés aux activités d'aventure (ARM) et ISO 21101** - La norme ISO 21101 (Tourisme d'aventure — Systèmes de gestion de la sécurité) définit les exigences minimales applicables aux systèmes de gestion de la sécurité destinés aux prestataires de tourisme d'aventure. Elle vise notamment à améliorer les performances en matière de sécurité, à garantir la sécurité des participants et du personnel, à démontrer le respect des pratiques de sécurité et à favoriser la conformité réglementaire. Les cadres ARM intègrent la planification de la sécurité, les limites environnementales et la gestion des risques opérationnels. Voici quelques exemples de pratiques commerciales éthiques et responsables : ● **Les normes du tourisme équitable :** elles favorisent des chaînes d'approvisionnement éthiques et des conditions de travail équitables, et renforcent la crédibilité des arguments de développement durable utilisés dans le marketing. ● **L'Adventure Travel Trade Association (ATTA)** est un réseau mondial regroupant les acteurs du tourisme d'aventure (guides, voyagistes, hébergements, organismes de destination). Grâce à

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	ses normes, ses lignes directrices et ses réseaux professionnels, l'ATTA encourage les pratiques commerciales responsables, la gestion durable de l'environnement et les approches de tourisme communautaire. ● Il existe également des outils favorisant l'engagement communautaire et le partage des bénéfices, car le tourisme d'aventure durable repose largement sur des relations locales solides. Parmi les outils concrets, on peut citer les **modèles économiques communautaires** (accords de partage des recettes, gîtes appartenant à la communauté, coopératives de guides et approvisionnement local – nourriture, transport, artisanat) ainsi que les ateliers de planification participatifs. Ceux-ci favorisent **l'implication de la communauté** dans la conception des itinéraires, la fixation des limites d'accueil des visiteurs, l'élaboration de protocoles culturels, la co-création d'expériences et la prévention des conflits. Un processus structuré de cartographie des parties prenantes renforce le développement durable des entreprises, en commençant par : identifier les acteurs clés (associations communautaires, gestionnaires fonciers, PME locales, prestataires de transport, artisans, centres de formation) ; recenser les rôles et les avantages (emplois, contrats d'approvisionnement, accords de conservation, dispositifs de cogouvernance) ; et relier les partenaires à des indicateurs de durabilité.
6. Le financement de la transition vers de nouveaux modèles économiques	La transition vers des formes plus durables de tourisme d'aventure nécessite souvent des investissements initiaux importants. Ces investissements peuvent accroître la pression financière à court terme ; c'est pourquoi l'accès à des mécanismes de financement adaptés est essentiel pour permettre cette transition vers la durabilité, en particulier pour les petites et moyennes entreprises et les opérateurs communautaires. **Le financement de la transition vers un tourisme d'aventure durable peut être soutenu par une combinaison de mécanismes de financement publics, privés et communautaires.** **Les financements publics et les subventions** jouent un rôle particulièrement important dans le soutien à la transition écologique, à l'innovation et au développement rural dans le secteur du tourisme, car ils visent souvent à réduire le risque financier lié aux investissements en faveur du développement durable. Aux niveaux européen et national, des programmes tels que les **fonds structurels, les fonds de développement rural et les dispositifs d'innovation touristique** s'adressent aux petites et moyennes entreprises ainsi qu'aux initiatives en faveur de l'action pour le climat. Les **organismes de gestion des destinations** et les **collectivités locales** peuvent également proposer des mesures incitatives ou des cofinancements. Les financements publics et institutionnels au niveau européen contribuent également à soutenir la transition vers un tourisme d'aventure durable. Le **programme LIFE** de l'UE se concentre sur la protection de l'environnement, la conservation de la biodiversité et l'action pour le climat, et soutient des initiatives telles que la restauration des habitats liée aux activités touristiques et l'adaptation au changement climatique dans les destinations axées sur la nature. Ce programme est

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

particulièrement adapté aux projets pilotes et aux initiatives au niveau des destinations qui visent à tester et à déployer à grande échelle des pratiques de tourisme durable. **Horizon Europe** est également très pertinent, car il soutient l'innovation dans les modèles de tourisme durable, le développement d'outils numériques pour le suivi de l'impact et les systèmes de tourisme d'aventure résilients au changement climatique.

Outre les financements publics, la **finance verte et la banque éthique** jouent un rôle de plus en plus important pour faciliter la transition vers la durabilité au niveau des entreprises. La finance verte désigne les produits financiers qui intègrent explicitement des critères environnementaux et sociaux dans les décisions de prêt et d'investissement. Parmi les instruments pertinents pour le tourisme d'aventure, on peut citer les **prêts verts** destinés à des investissements dans des bâtiments à haute efficacité énergétique, des systèmes d'énergie renouvelable, des véhicules à faibles émissions et du matériel certifié. Les **banques éthiques et coopératives** appliquent des critères de sélection environnementaux et sociaux et peuvent proposer des conditions plus avantageuses pour les projets touristiques axés sur la durabilité. Des études montrent que les instruments de finance verte, tels que les **obligations vertes, les prêts verts concessionnels et les crédits liés à la durabilité**, peuvent avoir des effets positifs importants à long terme sur le développement du tourisme durable et la croissance verte. L'accès à ces instruments financiers nécessite des plans de durabilité documentés, des mesures de gestion des risques et des indicateurs d'impact, ce qui peut renforcer les modèles économiques globaux et améliorer la crédibilité financière à long terme.

Pour les opérateurs de tourisme d'aventure à petite échelle et à vocation communautaire, les mécanismes de financement alternatifs, tels que la **microfinance et les modèles coopératifs**, revêtent une importance particulière. Dans de nombreuses destinations, les petites entreprises touristiques s'appuient sur des **institutions de microfinance informelles et des groupes d'épargne** lorsque les banques traditionnelles considèrent le tourisme comme un secteur à haut risque. Les modèles de partage des recettes et de propriété coopérative permettent aux guides, aux communautés locales et aux petits fournisseurs de détenir conjointement des actifs ou de partager les bénéfices, ce qui renforce la rétention locale des retombées économiques et réduit le risque financier individuel. Les recherches suggèrent que ces modèles contribuent à une répartition plus équitable des bénéfices économiques tout en soutenant l'engagement local à long terme dans le développement du tourisme durable.

Enfin, les approches de **financement hybrides** renforcent encore la viabilité financière des initiatives de tourisme d'aventure. Les **partenariats public-privé** permettent un investissement conjoint entre les autorités locales, les entreprises touristiques et les organisations de conservation, et s'avèrent particulièrement utiles pour financer les infrastructures, les réseaux de sentiers et l'accès aux zones protégées. Les modèles de réinvestissement des recettes, dans lesquels une partie des revenus du tourisme est réinvestie dans des activités de conservation, des projets de développement communautaire et des systèmes de formation et de suivi, constituent une autre approche efficace. **En liant directement les performances financières aux résultats environnementaux et sociaux, ces modèles améliorent la viabilité à long terme tout en**

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	renforçant le soutien local et la collaboration entre les parties prenantes.
EXERCICES DE RÉSEAUTAGE (1 HEURE)	
Etudes de cas	Jusqu'à trois études de cas sur le tourisme d'aventure, basées sur l'expérience des participants
Création de nouveaux modèles économiques : tourisme d'aventure et durabilité économique	• Méthodologie CANVAS • Modèle de référence pour les modèles économiques • Exemples de modèles économiques plus durables • Élaboration d'un exemple de proposition de nouveau modèle économique (travail en groupe)
ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE AUTODIRIGÉ (4 HEURES)	
Lectures, vidéos, podcasts et autres ressources	**Bibliographie scientifique / articles scientifiques sur le sujet** Organisation mondiale du tourisme et Adventure Travel Trade Association. (2014). *AM Reports, volume 9 : Rapport mondial sur le tourisme d'aventure (première édition)*. Organisation mondiale du tourisme. https://www.untourism.int/archive/middle-east/publication/global-report-adventure-tourism Association Professionnelle du Tourisme d'Aventure et Suisse Tourisme. (2021). *High moments, low impact: Rethinking adventure travel's sustainability efforts*. *(Des moments forts, un faible impact : repenser les efforts en matière de durabilité dans le tourisme d'aventure.)* Association Professionnelle du Tourisme d'Aventure. https://www.stnet.ch/app/uploads/2021/10/Knowledge-Report_No.1.pdf Association Professionnelle du Tourisme d'Aventure (2024). *2024 adventure travel industry snapshot* (Annual research report). *(Aperçu du secteur du tourisme d'aventure en 2024 (rapport de recherche annuel).* Association Professionnelle du Tourisme d'Aventure. https://learn.adventuretravel.biz/research/2024-adventure-travel-industry-snapshot/ Adventure Travel Trade Association & Switzerland Tourism. (2023). *Creating sustainable experiences in adventure travel* (Research report). Adventure Travel Trade Association. https://learn.adventuretravel.biz/research/creating-sustainable-experiences-in-adventure-travel **Vidéos et documentaires sur le sujet :** Qu'est-ce que le tourisme d'aventure ? https://www.youtube.com/watch?v=_VK6dJAfbM8 Tourisme d'aventure : la durabilité par défaut, Gergana Nikolova - Conférence Green Destinations 2022 (https://www.youtube.com/watch?v=GMYLC74HO9c). Le tourisme d'aventure à Hokkaido : un voyage durable (https://www.youtube.com/watch?v=fegeSTUlUAk). Tourisme durable ou tourisme régénérateur ? - Resort 2 Travel

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

	(https://www.youtube.com/watch?v=3XMx9zV8ey4). Comment le tourisme d'aventure a connu un essor fulgurant après la pandémie (https://www.youtube.com/watch?v=IDSJ9gNqTqE) Qu'est-ce que le tourisme d'aventure et pourquoi devrions-nous devenir des « touristes d'aventure » ? (https://www.youtube.com/watch?v=Lh2xcai9ofM). **Livres et autres lectures** Buckley, Ralf. (2010). Adventure Tourism Management (Management du Tourisme d'Aventure). 10.4324/9781856178358. Disponible sur : (PDF) Adventure Tourism Management Szromek, A. R. (Ed.). (2021). *Sustainable Business Models in Tourism (MOdèles Économiques Durables Touristiques)*. MDPI Books. Disponible sur : https://www.mdpi.com/books/reprint/3937-sustainable-business-models-in-tourism
Activité	**Note d'orientation et de stratégie** - *Renforcer la viabilité économique du tourisme d'aventure* : note stratégique. Les participants doivent rédiger une note d'orientation ou de stratégie de 1 000 à 1 500 mots destinée à l'une des entités suivantes : une organisation de gestion de destination, une autorité régionale du tourisme, un réseau de PME spécialisées dans le tourisme d'aventure ou un établissement de formation (dans le cadre de l'EFP). Le document doit : 1. Expliquer l'importance économique du tourisme d'aventure dans les économies rurales et régionales ; 2. Identifier trois risques économiques majeurs (par exemple, la saisonnalité, les chocs externes, l'ambiguïté réglementaire, la précarité de l'emploi) ; 3. Proposer cinq mesures stratégiques au niveau des destinations (par exemple, des mesures d'incitation à la diversification, le renforcement des capacités numériques, l'accès au financement vert, le soutien à la certification, des modèles coopératifs) ; 4. Inclure des indicateurs mesurables pour le suivi de la durabilité économique. Les participants doivent s'appuyer sur les connaissances tirées des supports d'apprentissage autonome. Format alternatif facultatif : présentation vidéo enregistrée de 6 à 8 minutes simulant un exposé de conseil professionnel. **Critères d'évaluation** : clarté stratégique, pertinence politique, raisonnement fondé sur des données factuelles, recommandations pratiques et mesurables. **Objectif :** évaluer la capacité à synthétiser à un niveau élevé, la pensée systémique et la capacité à agir à l'échelle de la destination ou de la gouvernance.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Modèle de Modèle Économique

Modèle de Modèle Économique	Information clé
1 Segments de clientèle (principaux groupes cibles) *Description du principal groupe de clients, de leur potentiel de demande et de leurs besoins essentiels*	**2 Valeurs fournies** *Quelles valeurs constitueront les piliers de la nouvelle offre commerciale destinée au client ?*
3 Sources de revenu *Description des principaux produits* *Quels produits seront proposés aux clients ?* *Comment les clients paieront-ils les produits/services (paiement unique, tarif à la nuitée, abonnement, etc.) ?*	**4 Structure des coûts** *Quels sont les principaux coûts liés au modèle envisagé ?* *À combien s'élèvent les marges prévues ?* *Quelle est la structure des coûts ?*
5 Canaux de vente et de distribution *Description des activités de vente et de distribution*	**6 Relation avec la clientèle** *Comment attirer et fidéliser les clients, quels outils et stratégies mettre en œuvre.* *Idées, stratégies et outils marketing.*
7 Ressources clés *Principales ressources dont dispose l'entreprise pour mettre en œuvre le nouveau modèle économique* *Ressources clés à acquérir pour la mise en œuvre du modèle.*	**8 Partenaires clés** *Principaux partenaires du modèle économique (fournisseurs, partenaires commerciaux, etc.). Description des principaux groupes et des relations entretenues avec eux.*
9 Calendrier de mise en œuvre (plan d'action) *Description des principales activités/tâches nécessaires à la mise en œuvre du modèle dans la pratique professionnelle*	

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Conclusion

L'écotourisme et la durabilité environnementale ne sont pas des concepts de niche réservés aux zones protégées ou aux opérateurs spécialisés. Ils constituent une voie stratégique pour les entreprises touristiques qui cherchent à renforcer leur résilience, leur pertinence et leur compétitivité à long terme dans un environnement opérationnel en pleine mutation.

Tout au long de cette masterclass, les participants ont examiné les impacts environnementaux inhérents aux chaînes de valeur du tourisme et exploré des stratégies pratiques visant à réduire l'utilisation des ressources, à renforcer la protection de la biodiversité et à améliorer la gestion environnementale locale. Plus important encore, ils ont traduit ces enseignements en décisions opérationnelles et en ajustements de leur modèle économique. Dans ce contexte, la durabilité ne se limite pas à des améliorations isolées telles que le tri des déchets ou les gains d'efficacité énergétique. Elle nécessite une intégration structurelle dans :

- Nos principaux atouts
- Conception de services
- Planification des infrastructures
- Gestion de la chaîne logistique
- Communication avec les visiteurs
- Mesure de la performance

En élaborant un plan d'action écologique et en identifiant des indicateurs mesurables, les participants sont passés de la simple prise de conscience à une mise en œuvre structurée. Ce passage de l'intention à des progrès mesurables est essentiel pour la crédibilité, la conformité réglementaire et le positionnement sur le marché.

L'écotourisme démontre que la responsabilité environnementale et la performance commerciale ne sont pas des objectifs contradictoires. Lorsqu'elle est intégrée de manière stratégique, la durabilité environnementale peut :

- Réduire les coûts d'exploitation
- Renforcer les relations avec les destinations
- Renforcer la confiance dans la marque
- Améliorer la gestion des risques
- Attirer des segments de marché soucieux du développement durable

La masterclass se termine donc par un message clair : la durabilité environnementale n'est pas une contrainte pour la croissance du tourisme. C'est une condition indispensable à une compétitivité durable. Les outils présentés ici fournissent un cadre pour une amélioration continue. La prochaine étape consiste à les appliquer de manière cohérente, à en assurer le suivi

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

et à les affiner. Ce faisant, les entreprises touristiques contribuent non seulement à la protection de l'environnement, mais aussi à la résilience à long terme de leurs propres modèles économiques et des destinations dont elles dépendent.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

References

Achmad, F., Prambudia, Y., & Rumanti, A. (2023). Sustainable tourism industry development: A collaborative model of open innovation, stakeholders, and support system facilities. IEEE Access, 11, 83343–83363. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3301574

Advertiser.ie. (2024, July 1). Galway-based company among first in Ireland to receive prestigious global environment and social responsibility certification. Advertiser.ie. Retrieved from https://www.advertiser.ie/galway/article/142093/galway-based-company-among-first-in-ireland-to-receive-prestigious-global-environment-and-social-responsibility-certification

Agarwal, P., & Sharma, S. (2025). Adventure tourism and the digital age: How technology is changing the way we explore. International Journal of Advances in Engineering and Management, 7, 909–921. https://www.researchgate.net/publication/389661929_Adventure_Tourism_and_the_Digital_Age_how_Technology_is_changing_the_way_we_explore

Agyeiwaah, E., McKercher, B., & Suntikul, W. (2017). Identifying core indicators of sustainable tourism: A path forward? Tourism Management Perspectives, 24, 26–33. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.005

Alén, E., Losada, N., & De Carlos, P. (2017). Profiling the segments of senior tourists throughout motivation and travel characteristics. Current Issues in Tourism, 20, 1454–1469. https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1007927

Allkins, M., Chauke, T., & Sifolo, P. (2025). Delivering extraordinary adventure experiences during the "Chthulucene": Circular economy challenges and digital solutions for the environmentally conscious visitor. Sustainability. https://doi.org/10.3390/su17020627

Amin, A., & Budilestari, W. (2025). Triple impact of tourism: Economic growth, cultural dynamics, and environmental change. Journal Magister Ilmu Ekonomi Universitas Palangka Raya: Growth. https://doi.org/10.52300/grow.v11i1.21778

Anangonó, R., Simaluisa, F., & Romero, F. (2023). Perfil de la demanda de turismo de aventura en Ecuador con enfoque hacia la sostenibilidad. Revista Internacional de Gestión, Innovación y Sostenibilidad Turística. https://doi.org/10.51260/rigistur.v3i2.423

Armendáriz, B., & Morduch, J. (2010). The economics of microfinance. MIT Press.

Arrábida Life. (n.d.). Arrábida Life – Experiências ao ar livre e passeios de barco em Parque Natural da Arrábida. Retrieved from https://www.arrabidalife.com/

Arrábida Marine Park. (n.d.). Useful information. https://arrabidaparquemarinho.ualg.pt/en/useful-information

ATTA – Adventure Travel Trade Association. (2021). Adventure travel industry snapshot.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Ayuntamiento de Onís. (n.d.). Plan de Ecoturismo en Picos de Europa: Destino Onís. Retrieved from https://www.onisecoturismo.es/

Baloch, Q. B., Shah, S. A. R., Iqbal, N., Sheeraz, M., AsadUllah, M., Mahar, S. W., & Khan, A. (2022). Impact of tourism development upon environmental sustainability: A suggested framework for sustainable ecotourism. Environmental Science and Pollution Research. https://doi.org/10.1007/s11356-022-22496-w

Baral, R., & Rijal, D. (2022). Visitors' impacts on remote destinations: An evaluation of a Nepalese mountainous village with intense tourism activity. Heliyon. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10395

Barbhuiya, A. (2025). Prospects of adventure tourism in selected regions of Assam in a sustainable and ecological way. International Journal of Global Research Innovations & Technology. https://doi.org/10.62823/ijgrit/03.02.7392

Beames, S., Houge Mackenzie, S., & Raymond, E. (2022). How can we adventure sustainably? A systematized review of sustainability guidance for adventure tourism operators. Journal of Hospitality and Tourism Management, 50, 223–231. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.01.002

Beckman, E., Morse, S., & Smith, E. (2023). The economic impacts of adventure tourism on a rural community. Tourism Analysis. https://doi.org/10.3727/108354224X17194304972608

Bentley, L. (2024). Psychological benefits of adventure tourism. Integrated Journal for Research in Arts and Humanities. https://doi.org/10.55544/ijrah.4.2.16

Bondarenko, S., Kalaman, O., & Danilova, O. (2025). Digital transformation of the tourism business in an open economy. Social Development: Economic and Legal Issues. https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.4.17

Booking.com. (2023). Sustainable travel report 2023. Booking.com. https://www.booking.com/sustainable-travel

Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. Journal of Sustainable Tourism, 19(4–5), 411–421.

Brar, A. (2025). To what extent do ambiguous regulations and rules impede the economic benefits derived from adventure sports activities in small regional economies? International Journal for Multidisciplinary Research. https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i05.55773

Buckley, R. (2000). NEAT trends: Current issues in nature, eco- and adventure tourism. International Journal of Tourism Research, 2(6), 437–444. https://www.academia.edu/7083427/Neat_trends_current_issues_in_nature_eco_and_adventure_tourism

Buckley, R. (2012). Rush as a key motivation in skilled adventure tourism. Tourism Management, 33, 961–970. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.10.002

Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. Annals of Tourism Research, 39(2), 528–546

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Burren and Cliffs of Moher UNESCO Global Geopark. (n.d.). Code of Practice for Sustainable Tourism. Retrieved from https://www.burrengeopark.ie/sustainable-tourism/code-of-practice/

Burren Ecotourism Network. (n.d.). About the Network. Retrieved from https://www.burren.ie/about-us/

Canh, N. P., & Thanh, S. D. (2020). Domestic tourism spending and economic vulnerability. Annals of Tourism Research, 85, 103063. https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103063

Cater, C. (2006). Playing with risk? Participant perceptions of risk and management implications in adventure tourism. Tourism Management, 27, 317–325. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.10.005

Cater, C. (2007). Adventure tourism: Will to power? In J. Higham (Ed.), Critical issues in ecotourism (pp. 63–82). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203392096-12

Cater, C. (2018). Editorial. Annals of Leisure Research, 21, 531–532. https://doi.org/10.1080/11745398.2018.1488341

Chamboko-Mpotaringa, M., & Tichaawa, T. M. (2023). Moderating effect of age on the adoption of digital marketing tools and platforms in domestic leisure travel. GeoJournal of Tourism and Geosites, 51(4 supplement), 1636–1644. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/376963044_MODERATING_EFFECT_OF_AGE_ON_THE_ADOPTION_OF_DIGITAL_MARKETING_TOOLS_AND_PLATFORMS_IN_DOMESTIC_LEISURE_TRAVEL

Chandel, J. (2022). Understanding adventure tourists' profile: A case study from Himachal Pradesh. Turizam. https://doi.org/10.5937/turizam26-27644

City of Copenhagen. (2024). Travel by public transport and get free tickets with Copenhagen's new green initiative for tourists. https://www.euronews.com/green/2024/07/18/travel-by-public-transport-and-get-free-tickets-with-copenhagens-new-green-initiative-for-

Club de Ecoturismo en España. (n.d.). Soy Ecoturista – Picos de Europa. Retrieved from https://soyecoturista.com/es/ecoturismo-picos-de-europa

Comin, L. C., Aguiar, C., Sehnem, S., Yusliza, M., Cazella, C., & Julkovski, D. J. (2019). Sustainable business models: A literature review. Benchmarking: An International Journal, 26(7), 2143–2163.https://doi.org/10.1108/BIJ-12-2018-0384

David Suzuki & Amanda McConnell. (1997). The Sacred Balance. Greystone Books.

Deb, S., Nafi, S., & Valeri, M. (2022). Promoting tourism business through digital marketing in the new normal era. European Journal of Innovation Management. https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2022-0218

Demková, M., Sharma, S., Mishra, P. K., Dahal, D. R., Pachura, A., Herman, G. V., Kostilníková, K., Kolesárová, J., & Matlovičová, K. (2022). Potential for sustainable development of rural communities by community-based ecotourism: A case study of rural village Pastanga, Sikkim Himalaya, India. GeoJournal of Tourism and Geosites, 43(3), 964–975. Retrieved from https://gtg.webhost.uoradea.ro/PDF/GTG-3-2022/GTG-3-2022.pdf

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Dias, Á., Silva, G., Patuleia, M., & González-Rodríguez, M. (2020). Developing sustainable business models. Journal of Sustainable Tourism, 31, 931–950. https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1835931

Directorate-General for Maritime Affairs and Fisheries. (2023, November 7). CLLD factsheet: Bringing nature and adventure tourism to the coast. European Commission. https://oceans-and-fisheries.ec.europa.eu/system/files/2023-11/CLLD_GP_factsheet_nature-tourism_EN.pdf

El Fielato. (2024, November 17). Onís cierra tres años del Plan de Ecoturismo en Picos de Europa con un balance positivo. Retrieved from https://www.elfielato.es/articulo/turismo/onis-anos-plan-ecoturismo-picos-europa/20241117201056072555.html

European Commission. (2019). The European Green Deal. COM (2019) 640 final. Brussels: European Commission. Retrieved from https://ec.europa.eu/info/publications/communication-european-green-deal_en

European Commission. (2019). The European Green Deal. European Commission. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2019%3A640%3AFIN

European Commission. (2021). Scenarios towards co-creation of a transition pathway for tourism (SWD/2021/164). European Commission.
European Commission. (2021). Transition pathway for tourism: Towards a more resilient, innovative and sustainable tourism ecosystem. Publications Office of the European Union.

European Commission. (2022). Transition pathway for tourism (SWD/2022). European Commission.
European Commission. (2022). Transition pathway for tourism. Publications Office of the European Union. Retrieved from https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/678c08ab-bc06-11ee-b164-01aa75ed71a1/language-en

European Commission. (2022). Transition pathway for tourism. Publications Office of the European Union.
https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition-pathway_en

European Commission. (2022). Transition pathway for tourism. Publications Office of the European Union.
https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition-pathway_en

European Commission. (2022).
Transition pathway for tourism. Publications Office of the European Union.
https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition-pathway_en

European Commission. (2022).
Transition pathway for tourism. Publications Office of the European Union.
https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition-pathway_en

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

European Commission. (2023). EU Ecolabel for tourist accommodations. https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/

European Commission. (2023). EU tourism dashboard and ecosystem overview. https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism_en

European Commission. (2023). Flash Eurobarometer 499: Attitudes of Europeans towards tourism. European Commission. https://europa.eu/eurobarometer

European Commission. (2024–2025). Corporate Sustainability Reporting (CSRD) — overview, FAQs & delegated acts. Directorate-General for Financial Stability, Financial Services and Capital Markets Union.
European Commission. (n.d.). A European Green Deal. European Union. (Overview page, regularly updated).
European Commission. (n.d.). EU Ecolabel — tourist accommodation; product groups & criteria; businesses. Directorate-General for Environment.
European Commission. (n.d.). EU Taxonomy for sustainable activities — overview & user guide. European Commission.

European Commission. (n.d.). Green Public Procurement (GPP) & EU Ecolabel — practical guidance. Directorate-General for Environment.
Eurostat. (2024). Tourism industries — economic analysis (Statistics Explained). Eurostat.
Gardiner, S., Janowski, I., & Kwek, A. (2023). Self-identity and adventure tourism. Tourism Management Perspectives. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.101061

Eurostat. (2024). Tourism industries – economic analysis. European Commission. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_industries_-_economic_analysis

Global Sustainable Tourism Council (GSTC). (2022). GSTC Industry Criteria for Hotels (with performance indicators). GSTC.
Global Sustainable Tourism Council. (2023). GSTC-Recognized Standards for Hotels. https://www.gstc.org/gstc-criteria/gstc-recognized-standards-for-hotels/

Global tourism vulnerability to climate change. Annals of Tourism Research, 77, 49–61. https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.05.007

Go2Warsaw. (n.d.). Mazovian Attractions – Museum of the Mazovian Village in Sierpc. Retrieved from https://go2warsaw.pl/en/mazovian-attractions

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Goddard, J. (2009). The economics of microfinance by B. Armendáriz & J. Morduch. Journal of Asia-Pacific Business, 10(1), 97–106.https://doi.org/10.1080/10599230802711597

Goni, F. A., Gholamzadeh Chofreh, A., Estaki Orakani, Z., Klemeš, J. J., Davoudi, M., & Mardani, A. (2021). Sustainable business model: A review and framework development. Clean Technologies and Environmental Policy, 23(3), 889–897. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/342871572_Sustainable_business_model_A_review_and_framework_development

Goodwin, H. (2017).
The challenge of overtourism. Responsible Tourism Partnership.
https://haroldgoodwin.info

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2015). Tourism and sustainability: Principles to practice. Routledge.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Tourism and water: Interactions, impacts and challenges.

Gross, S., & Sand, M. (2019). Adventure tourism: A perspective paper. Tourism Review.
https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0211

Guo, Z., & Li, Y. (2024). Analysis of the decisive factors of government attracting tourists in public management from the perspective of environmental protection. Problemy Ekorozwoju – Problems of Sustainable Development, 19(1), 285–295. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/377246913_Analysis_of_the_Decisive_Factors_of_Government_Attracting_Tourists_in_Public_Management_from_the_Perspective_of_Environmental_Protection

Hall, C. M. (2019).
Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. Journal of Sustainable Tourism, 27(7), 1044–1060.
https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456

Hanna, P., Wijesinghe, S., Paliatsos, I., Walker, C., Adams, M., & Kimbu, A. (2019). Active engagement with nature. Journal of Sustainable Tourism, 27, 1355–1373.
https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1621883

Hardy, A., Beeton, R. J. S., & Pearson, L. (2017). Sustainable tourism: An overview of the concept and its position in relation to conceptualisations of tourism. Journal of Sustainable Tourism, 10(6), 475–496. https://doi.org/10.1080/09669580208667183

Hellmeister, A., & Richins, H. (2019). Green to gold. Sustainability.
https://doi.org/10.3390/su11030709

Hotelandrestauranttimes.ie. (2024, November 25). Killary Adventure Company to create up to 20 new sustainable tourism jobs. Hotel and Restaurant Times. Retrieved from https://www.hotelandrestauranttimes.ie/2024/11/25/killary-adventure-company-to-create-up-to-20-new-sustainable-jobs

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

ILO. (2020).
COVID-19 and employment in the tourism sector: Impact and response. International Labour Organization.
https://www.ilo.org

IPCC. (2022). Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability. WGII AR6 — Chapter 13: Europe. Cambridge University Press.
ISO. (2018). ISO 21401: Tourism and related services — Sustainability management system for accommodation establishments. International Organization for Standardization.

IPCC. (2022).
Climate change 2022: Impacts, adaptation and vulnerability. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change.
Cambridge University Press.
https://doi.org/10.1017/9781009325844

IPCC. (2023). Climate change 2023: Synthesis report. Intergovernmental Panel on Climate Change.
https://www.ipcc.ch/report/ar6/syr/

Janowski, I., Gardiner, S., & Kwek, A. (2021). Dimensions of adventure tourism. Tourism Management Perspectives, 37, 100776. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100776

Jordan Ministry of Environment. (2021). Green Growth National Action Plan 2021 to 2025: Tourism Sector. https://www.sustainability.gov/pdfs/ggi-jordan-tourism.pdf

Killary Adventure Company. (n.d.). Environmental & sustainability. Retrieved from https://killaryadventure.com/en/environment

Killary Adventure Company. (n.d.). Open for adventure since 1981. Retrieved from https://killaryadventure.com/en/killary-story

Knowles, N. (2019). Targeting sustainable outcomes with adventure tourism: A political ecology approach. Annals of Tourism Research. https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102809

Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Sustainability, 10(12), 4384. https://doi.org/10.3390/su10124384

L'Écho Touristique. (2020, May 15). Les Maisons du Voyage, nouveau voyagiste labellisé ATR. L'Écho Touristique. https://www.lechotouristique.com/article/les-maisons-du-voyage-nouveau-voyagiste-labellise-atr

Laura J. Martin. (2022). Wild by Design: The Rise of Ecological Restoration. Harvard University Press.

Leave No Trace Ireland. (2022). Leave No Trace in the Burren and Cliffs of Moher Geopark. Retrieved from https://www.leavenotraceireland.org/

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., & Malik, A. (2018).
The carbon footprint of global tourism. Nature Climate Change, 8(6), 522–528.
https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x

Lenzen, M., Sun, Y., Faturay, F., Ting, Y., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. Nature Climate Change, 8(6), 522–528.
Lewandowicz, E., & Bac-Bronowicz, J. (2021). Outdoor tourism and kayaking in Central-Eastern Europe. GeoJournal of Tourism and Geosites. https://doi.org/10.30892/gtg.40128-824

Lenzen, M., Sun, Y.-Y., Faturay, F., Ting, Y.-P., Geschke, A., & Malik, A. (2018).
The carbon footprint of global tourism. Nature Climate Change, 8(6), 522–528.
https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x

Mahato, S., Mishra, P., & Shukla, R. (2023). Digitalisation and sustainability in tourism SMEs. International Journal of Tourism Research. https://doi.org/10.1002/jtr.2589

Marinello, S., Butturi, M. A., Gamberini, R., & Martini, U. (2023). Indicators for sustainable touristic destinations: A critical review. Journal of Environmental Planning and Management, 66(1), 1–30. https://doi.org/10.1080/09640568.2021.1978407

Méndez-León, E., Reyes-Carrillo, T., & Díaz-Pichardo, R. (2022). Towards a holistic framework for sustainable value analysis in business models: A tool for sustainable development. Business Strategy and the Environment, 31(1), 15–31. https://doi.org/10.1002/bse.2871

Milano, C., Cheer, J. M., & Novelli, M. (2019).
Overtourism: A growing global problem. The Routledge Handbook of Overtourism. Routledge.

Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu. (n.d.). Skansen / The Ethnographic Museum. Retrieved from https://mwmskansen.pl/nasze-obiekty/skansen-2

OECD. (2020). Financing SMEs and entrepreneurs 2020: An OECD scoreboard. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/061fe03d-en

OECD. (2020).
Rebuilding tourism for the future: COVID-19 policy responses and recovery. OECD Publishing.
https://www.oecd.org

One Planet/UN Tourism & Partners. (2021–2025). Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism — text & implementation resources. UNFCCC Global Climate Action portal; UN Tourism.
Organisation for Economic Co-operation and Development. (2022). Climate change and tourism policy responses. OECD Publishing.

Ratna, S., Saide, S., Putri, A., Indrajit, R., & Muwardi, D. (2023). Digital transformation in tourism and hospitality industry. EuroMed Journal of Business. https://doi.org/10.1108/EMJB-04-2023-0118

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Roberts, S., & Tribe, J. (2008). Sustainability indicators for small tourism enterprises – An exploratory perspective. Journal of Sustainable Tourism, 16(5), 575–594. https://doi.org/10.1080/09669580802159644

Robinson, R., Martins, A., Solnet, D., & Baum, T. (2019). Sustaining precarity: Critically examining tourism and employment. Journal of Sustainable Tourism, 27(1), 1–18. https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1538230

Rojas, N., Sand, M., & Gross, S. (2024). Regenerative adventure tourism. Tourism Review. https://doi.org/10.1108/TR-12-2023-0874

Rojo Ramos, J., Vidal-Espinoza, R., Palacios-Cartagena, R., Galán-Arroyo, C., Manzano-Redondo, F., & Gómez-Campos, R. (2021). Adventure tourism in the Spanish population: Sociodemographic analysis to improve sustainability. Sustainability, 13(4), 1706. https://doi.org/10.3390/su13041706

Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. Annals of Tourism Research, 33(4), 1121–1140.

Scheyvens, R. (2011). Tourism and poverty. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203831595

Scott, D., Gössling, S., & Hall, C. M. (2012).
International tourism and climate change. Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change, 3(3), 213–232.
https://doi.org/10.1002/wcc.165

Senese, A., Ahmad, A., Maugeri, M., & Diolaiuti, G. A. (2025). Assessing the carbon footprint of the 2024 Italian K2 expedition: A path towards sustainable high-altitude tourism. Sustainability, 17(1), 344. https://doi.org/10.3390/su17010344

Sun, Y.-Y., Lenzen, M., Malik, A., & Geschke, A. (2024).
Drivers of global tourism carbon emissions. Nature Communications.
https://doi.org/10.1038/s41467-024-54582-7

Swarbrooke, J. (1999). Sustainable Tourism Management. CABI Publishing.

Szromek, A. R., Kruczek, Z., & Walas, B. (2019). The attitude of tourist destination residents towards the effects of overtourism — Kraków case study. Sustainability, 12(1), 228. https://doi.org/10.3390/su12010228

The International Ecotourism Society. (2015). What is ecotourism? https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/

TourMag. (2017, December 21). Les Maisons du Voyage s'allie à la Fondation GoodPlanet. TourMag. Retrieved from https://www.tourmag.com/Maisons-du-Voyage-s-allie-a-la-fondation-Good-Planet_a90756.html

TourMag. (2020, May 14). Les Maisons du Voyage obtiennent le label ATR. TourMag. https://www.tourmag.com/Les-Maisons-du-Voyage-obtiennent-le-label-ATR_a103887.html

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Tropter. (n.d.). Museum of the Mazovian Countryside – Sierpc. Retrieved from https://tropter.com/en/poland/sierpc/museum-of-the-mazovian-countryside

Tshipala, N., Coetzee, W., & Potgieter, M. (2019). Sustainable indicators for adventure tourism destinations: A case of Waterval Boven. African Journal of Science, Technology, Innovation and Development, 11(1), 1–7. https://doi.org/10.1080/20421338.2018.1552546

UN Tourism (formerly UNWTO). (n.d.). Sustainable development — definition of sustainable tourism; climate action. UN Tourism.
UNESCO Global Geoparks. (n.d.). Burren and Cliffs of Moher UNESCO Global Geopark (Ireland). Retrieved from https://en.unesco.org/global-geoparks/burren-cliffs-of-moher

UN Tourism. (2023).
Tourism and the sustainable development goals – Journey to 2030. UN Tourism.
https://www.unwto.org

UNESCO. (2018).
Managing tourism at World Heritage sites: A practical guide. UNESCO World Heritage Centre.
https://whc.unesco.org

UNESCO. (n.d.). Picos de Europa Biosphere Reserve. Retrieved from https://en.unesco.org/biosphere/eu-na/picos-de-europa

United Nations Environment Programme & World Tourism Organization. (2005). Making tourism more sustainable: A guide for policy makers. UNEP & UNWTO.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2013). Sustainable Tourism for Development: Guidebook. UNWTO Publications.

United Nations World Tourism Organization. (2024). Best Tourism Villages by UN Tourism(UNWTO) 2024.https://www.youtube.com/watch?v=6xQF3zEBVUw

United Nations. (2015). Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development. United Nations.

UNWTO – World Tourism Organization. (2019). Tourism for Development.

UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (2022). Measuring the Sustainability of Tourism - Learning from Pilots.

Vaz, R., de Carvalho, J. V., Teixeira, S. F., et al. (2025). Smart tourism destination advances through qualitative research and further research avenues: a systematic literature review. Discover Sustainability, 6, 682. https://doi.org/10.1007/s43621-025-01590-2

Vertente Natural. (n.d.). About us. https://vertentenatural.com/en/aboutus/

Weaver, D. (2006). Sustainable Tourism: Theory and Practice. Elsevier.

Weber, O., & Remer, S. (2011). Social banks and the future of sustainable finance. Routledge.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Williams, P., & Soutar, G. (2005). Close to the "edge." Asia Pacific Journal of Tourism Research, 10, 247–261. https://doi.org/10.1080/10941660500309614

World Resources Institute & WBCSD. (2004/2015 rev.). GHG Protocol: Corporate Accounting and Reporting Standard & Scope 3 Standard. GHG Protocol.
World Tourism Organization. (2023). Tourism in a changing climate. UNWTO.

World Travel & Tourism Council (WTTC). (2025).
Travel & tourism economic impact 2025: European Union. WTTC.
https://wttc.org

World Travel & Tourism Council. (2021). Net zero roadmap for travel & tourism. WTTC.

World Travel & Tourism Council. (2025). Travel & tourism economic impact 2025: European Union. WTTC.
https://wttc.org

WTTC. (2024). Travel & Tourism Economic Impact (global portal). World Travel & Tourism Council.
WTTC. (2025). EU Economic Impact 2024 — Key findings for the European Union. World Travel & Tourism Council.

Yunita, A., Santosa, B., & Radyati, M. R. N. (2022). Developing Indonesia sustainable adventure tourism model. Journal of Sustainable Development Issues, 1(2), 18–30.
https://doi.org/10.56282/jsdi.v1i2.127

Zeqiri, A., Youssef, A., & Zahar, T. (2025). Digital tourism platforms and SDGs. Sustainability.
https://doi.org/10.3390/su17083482.

Co-funded by the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
[Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Footprint

Footprint

CEDRU

Ajuntament de Quart de Poblet

spectrum RESEARCH CENTRE

TOURISM ORGANIZATION OF THE MAZOVIA REGION

albea building up your resilience

FEVECTA

Co-funded by the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]"

CC BY-NC-SA 4.0