

**Livrable T3.1.4.1**  
**Stratégie territoriale de développement du tourisme durable en PACA –**  
**Ouest Var**

**PROGRAMMA INTERREG FR-IT MARITTIMO**  
**PROGETTO STRATUS**

Composante T3 - Stratégie conjointe, territoriale et transfrontalière.

Activité T3.1 - Définition d'une stratégie locale de développement du tourisme durable.

**Coordination du rapport :** Mathilde Woillez (P06 - GIP FIPAN)

**Contributeurs :** Cristina Casian (P03 EA Ecoentreprises), Maeva Monnier (P04 Ecoscience Provence), Romain Goura (P06 - GIP FIPAN), Guillaume Cairaschi (P06 - GIP FIPAN), Luca Melis (P07 - Poliste).

Sommaire

<b>PARTIE I - CAPITALISATION DES RESULTATS DU PROJET STRATUS</b>	<b>3</b>
1 Introduction : synthèse des activités réalisées pendant le projet STRATUS	4
2 L'analyse des potentialités du territoire	5
2.1 Synthèse des résultats	5
2.2 Boîte à outils de la phase diagnostique	7
3 Certification environnementale et dispositif d'accompagnement des entreprises	8
3.1 La certification des entreprises STRATUS	8
3.2 Le dispositif d'accompagnement personnalisé	8
3.3 Les ateliers de formation et de réflexion collective	9
3.4 Boîte à outils certification environnementale et accompagnement	10
4 Rencontres B2B entre les entreprises du tourisme durable et de l'innovation environnementale	11
4.1 Synthèse des résultats	11
<b>PARTIE II - BOITE A OUTILS</b>	<b>14</b>
<b>PARTIE III - STRATEGIE TERRITORIALE</b>	<b>59</b>
5 Introduction	60
6 Méthodologie	60
6.1 Premier atelier de réflexion collective : comment travailler en réseau ? Tourves, le 15 novembre 2018	60
6.2 Atelier participatif pour l'élaboration d'un plan stratégique territorial. Brignoles, le 29 novembre 2018	62
7 Tableau synthétique : stratégie et champs d'action	64
8 Conclusions et Perspectives : vers la création d'un réseau d'acteurs du tourisme durable ?	68

# PARTIE I – CAPITALISATION DES RESULTATS

## Bilan des activités et des outils expérimentés dans le territoire pilote de l'Ouest Var

### 1 Introduction : synthèse des activités réalisées pendant le projet STRATUS

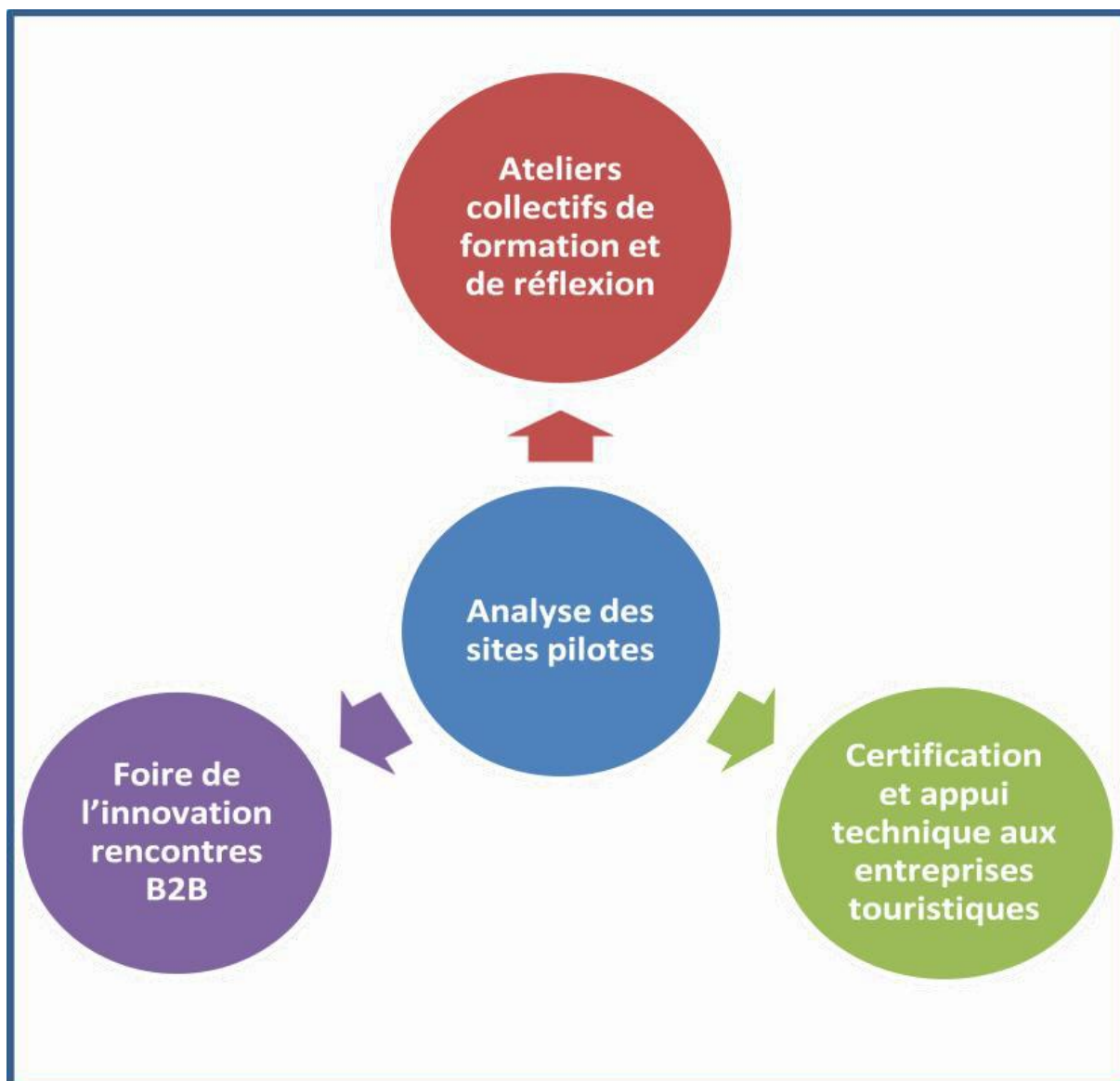
Le projet STRATUS « Stratégie environnementale pour un tourisme durable » est financé dans le cadre du Programme Maritime France Italie 2014 - 2020 sur les Fonds Européens de Développement Régional FEDER.

Le défi du projet STRATUS est de **renforcer la compétitivité et la durabilité des micros entreprises et des PME dans les territoires touristiques littoraux** de Sardaigne, de Ligurie et de la Région Sud PACA. Pour atteindre ces objectifs de renforcement de la durabilité et de la compétitivité des activités touristiques au niveau local, des actions innovantes et concrètes ont été imaginées, testées et mises en oeuvre dans trois territoires pilotes : la commune de Villasimius en Sardaigne, le Parc des Cinque Terre en Ligurie et le territoire de l'Ouest Var en Région Sud PACA.

Une première **phase d'analyse territoriale** avait pour but d'identifier et de comprendre quelles étaient les potentialités, les dynamiques et les besoins des territoires pilotes retenus en matière de renforcement de la durabilité et de la compétitivité des entreprises touristiques.

Un travail approfondi d'enquête, quantitative et qualitative, a été réalisé auprès des entreprises touristiques et des acteurs du tourisme durable du territoire de Sanary-sur-Mer et de son arrière pays. Les actions conduites par la suite avaient pour objectifs de répondre aux besoins identifiés lors de la phase d'analyse :

- Mise en oeuvre d'une **certification environnementale des entreprises** touristiques,
- Organisation **d'ateliers de formation et de réflexion collectives** à destination des entreprises et des acteurs institutionnels,
- Organisation d'une **foire de l'innovation** pour favoriser les échanges B2B entre les entreprises touristiques et celles du secteur de l'innovation environnementale.



## 2 L'analyse des potentialités du territoire

### 2.1 Synthèse des résultats

La réalisation du travail d'enquête sur le terrain a révélé **un territoire dynamique et innovant, engagé dans de multiples démarches de qualification touristique et/ou environnementale**. Du point de vue des entreprises enquêtées, cette phase a constitué également une opportunité de faire un point sur leur activité, de prendre du recul et de se voir restituer un bilan détaillé et des recommandations concrètes pour améliorer leur compétitivité et leur durabilité.

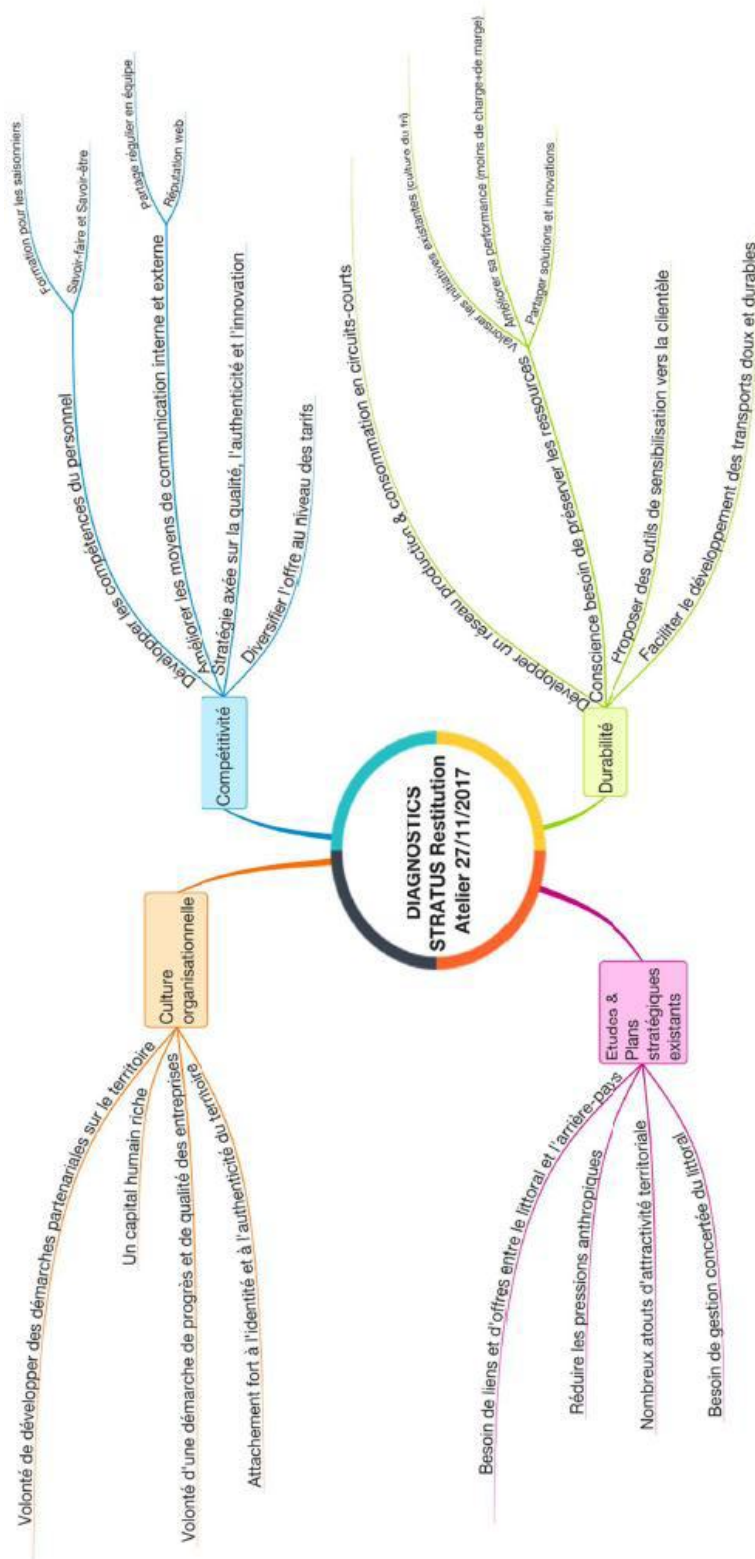
Dans son ensemble, l'analyse diagnostique a permis d'orienter les actions pilotes du projet STRATUS, à partir des préconisations suivantes :

- **Proposer des formations courtes et qualifiantes pour les professionnels**, suivant leurs besoins spécifiques. De telles formations devaient répondre à des besoins précis et clairement identifiés, compte tenu du haut niveau de qualification et de compétence du public cible.

- **Renforcer les dispositifs d'accompagnement des entreprises** sur les plans technique (dispositifs concrets et opérationnels d'amélioration des pratiques environnementales), financier (accès aux aides et financements), juridique et administratif qui sont les principaux obstacles et difficultés rencontrés par les entrepreneurs locaux.

- **Faciliter la coopération public-privé**. Des démarches sont déjà conduites en ce sens par les structures publiques et institutionnelles. Elles ont cependant parfois des difficultés à mobiliser largement et systématiquement les entreprises locales : c'est toujours le même noyau dur d'entrepreneurs qui participent aux espaces de concertation. Comment, dans ce cadre, le projet STRATUS peut contribuer à mobiliser plus largement les opérateurs locaux ? Une proposition était d'organiser **des ateliers de réflexion et de négociation entre les opérateurs économiques, les institutions et les associations pour définir des actions innovantes et concrètes de réduction de l'impact environnemental** des entreprises et les accompagner en contrepartie (techniquement, financièrement, administrativement) dans la réalisation de ces actions.

- **Soutenir la volonté des acteurs locaux de mettre en place un dispositif concerté et opérationnel de promotion et de commercialisation touristique** « Ouest Var, destination durable ».



## 2.2 Boîte à outils de la phase diagnostique

Les outils développés et mis en application pour la réalisation de cette phase diagnostique sont les suivants :

- Questionnaire pour l'enquête quantitative
- Guide des entretiens semi-directifs pour l'enquête qualitative sur la culture organisationnelle
- Fiche modèle pour les diagnostics individuels durabilité
- Fiche méthodologique pour les diagnostics individuels compétitivité

**Les méthodes et outils mentionnés sont fournis in extenso dans la Boîte à Outils (Partie II)**

## 3 Certification environnementale et dispositif d'accompagnement des entreprises

### 3.1 La certification des entreprises STRATUS

Cette certification s'adresse aux acteurs touristiques du Var, des Cinq Terres en Ligurie et de l'aire marine protégée de Capo Carbonara en Sardaigne, qui souhaitent contribuer au développement économique de leur territoire, tout en préservant leur environnement. Ils s'engagent volontairement à mettre en oeuvre des actions éco-responsables, choisies en concertation, et adaptées à leur activité.

Les objectifs de cette certification sont :

- ☐ Reconnaître et valoriser les actions réalisées par les entreprises locales en faveur de l'environnement,
- ☐ S'adapter aux moyens humains, techniques et financiers de chaque entreprise,
- ☐ Unifier l'image de trois régions ayant une haute valeur environnementale (Sardaigne, Ligurie, Var).

Les thématiques d'actions sur lesquelles s'engagent les structures sont :

- ☐ Communiquer, sensibiliser et former leur équipe et leurs clients à la protection de l'environnement,
- ☐ Agir pour la protection de la biodiversité et des écosystèmes,
- ☐ Réaliser des économies d'eau,
- ☐ Réaliser des économies d'énergie,
- ☐ Réduire et trier ses déchets,
- ☐ Soutenir l'économie locale,
- ☐ Donner une dimension sociale à son activité.

Les entreprises doivent réaliser certaines actions obligatoires, qui permettent de valider qu'elles sont bien engagées dans une démarche en faveur de l'environnement. Ces critères sont simples, afin de permettre à tout acteur motivé de bénéficier de la certification.

L'opérateur choisit ensuite des actions complémentaires à réaliser, afin d'améliorer ses pratiques. L'équipe STRATUS accompagne les structures certifiées de manière personnalisée pour leur permettre d'atteindre leurs objectifs.

En prenant part à cette démarche, les entreprises contribuent ainsi à la promotion et au développement durable de leur territoire.

### 3.2 Le dispositif d'accompagnement personnalisé

Dans l'Ouest Var, ce sont 13 structures touristiques qui ont souhaité s'engager dans ce dispositif de certification. Chaque acteur certifié a pu bénéficier d'un diagnostic et d'un plan d'action personnalisé de ses actions en faveur de l'environnement. Sur cette base, l'équipe STRATUS a réalisé un accompagnement individuel pour la réalisation des actions environnementales choisies. Ce soutien aux entreprises certifiées a pour objectif de leur permettre d'améliorer leurs pratiques en faveur de l'environnement.

Cet accompagnement porte sur plusieurs points :

- ☐ La recherche de solutions techniques : transmission et recherche d'informations, mise en relation avec des porteurs de solutions ou des entreprises touristiques ayant une expérience pertinente à partager,
- ☐ La mise en valeur de l'opérateur sur différents supports de communication (sites internet, réseaux sociaux, brochure de la certification, articles de presse, information des offices de tourisme, ...) et la réalisation d'outils de communication pour que l'opérateur puisse lui-même valoriser ses actions en faveur de l'environnement auprès de ses collaborateurs, clients, fournisseurs, partenaires, ...
- ☐ La mise à disposition d'outils de sensibilisation et de pédagogie à l'environnement pour faciliter les échanges avec les clients et la création d'outils personnalisés si nécessaire,
- ☐ La transmission d'information sur les dispositifs d'aide existants (financiers ou techniques),
- ☐ La mise en relation avec des potentiels partenaires (autres opérateurs, institutions, associations, ...).

Pour réaliser ce travail, un consultant externe a été sollicité afin de compléter l'expertise et les ressources de l'équipe STRATUS.

### 3.3 Les ateliers de formation et de réflexion collective

Parmi les actions pilotes conduites visant à soutenir les entreprises dans leur démarche d'amélioration de leur durabilité et de leur compétitivité, **8 ateliers collectifs ont été organisés**, de juin 2018 à janvier 2019 :

- ☐ **Atelier 1** : Innovations et bonnes pratiques environnementales
- ☐ **Atelier 2** : Tourisme, environnement & innovation : quelles aides financières possibles ?



- **Atelier 3** : Réussir son pitch pour convaincre : écriture de pitch
- **Atelier 4** : Réussir son pitch pour convaincre : mise en situation
- **Atelier 5** : Intelligence collective - Comment travailler en réseau ?
- **Atelier 6** : Educ'tour pédagogique à la rencontre d'entreprises éco-responsables du territoire
- **Atelier 7** : Gérer sa communication à l'ère du numérique (module 1)
- **Atelier 8** : Gérer sa communication à l'ère du numérique (module 2)

Ces ateliers avaient pour objectifs de **renforcer les compétences professionnelles des entrepreneurs STRATUS** sur des thématiques cibles et concrètes (communiquer sur son activité, ecommunication, accès aux financements), mais également de **créer des espaces de coopération et d'émulation** entre les entreprises elles-mêmes, et de leur permettre de **travailler en intelligence collective**. Ces ateliers ont rencontré un vif succès et ont permis de poser les bases d'un véritable réseau d'acteurs du tourisme durable dans l'Ouest Var.

### 3.4 Boîte à outils certification environnementale et accompagnement

Les outils développés et mis en application pour la réalisation de cette phase de certification et d'accompagnement des entreprises touristiques sont les suivants :

- Guide méthodologique pour la certification des entreprises touristiques
- Cahier des charges simplifié
- Fiche type pour le suivi et l'accompagnement personnalisé des entreprises certifiées
- Kit de communication pour les entreprises certifiées
- Méthodologie opérationnelle d'animation des ateliers de réflexion collective

**Les méthodes et outils mentionnés sont fournis in extenso dans la Boîte à Outils (partie II)**

PROJET STRATUS

# CERTIFICATION ET ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES



13

ENTREPRISES CERTIFIÉES  
POUR LEURS BONNES PRATIQUES  
ENVIRONNEMENTALES



ATELIERS COLLECTIFS

DE FORMATION PROFESSIONNELLE, DE  
RÉFLEXION ET D'ÉCHANGE DE BONNES  
PRATIQUES, DE NETWORKING

D'APPUI PERSONNALISÉ

PAR DES CONSULTANTS PROFESSIONNELS :  
DIAGNOSTIC DES BESOINS EN APPUI  
TECHNIQUE, EXPERTISE ENVIRONNEMENTALE.

Plus de  
**150**



HEURES

## 4 Rencontres B2B entre les entreprises du tourisme durable et de l'innovation environnementale

### 4.1 Synthèse des résultats

Le projet STRATUS prévoyait parmi ses actions, l'organisation de trois foires de l'Innovation et de la durabilité, dans chacun des territoires pilote, pour **mettre en évidence les bonnes pratiques de développement durable** (déchets, énergie, eau, transport, ressources naturelles) **des entreprises innovantes & touristiques**. Ces foires de l'innovation devaient **favoriser également la rencontre entre des entreprises qui proposent des solutions techniques pour améliorer la durabilité du tourisme et des entreprises touristiques éco-responsables**.

En Région Sud PACA, la foire de l'innovation s'est tenue à **Marseille le 25 octobre 2018 dans le cadre de la 4ème édition de l'évènement « Tourism Business Meeting-TBM »** organisé par la Chambre de Commerce Marseille Provence (CCIMP). **6 entreprises touristiques** (*Cigno Nero, Hotel Pullman de Villasimius, Ferme de Tiavan, Natur'Evasion, Espace Mer, Cinque Terre Pelago*), **7 entreprises innovantes** (*C4Hydro, Smartembed, Composterre, Techn Bam/Quista, BlueSet, Connect Cytee, Perspectives*) et **1 centre de recherche (ENEA)** ont ainsi pu présenter leurs bonnes pratiques et innovations en matière de développement durable, devant un public de décideurs et d'acheteurs potentiels, au cours d'une session pitch. Cette session a été suivie de rendez-vous B2B en speed-dating, puis d'un cocktail Networking.

## Projets Stratus



### **PERSPECTIVE(S) – Romain SENATORE – 06 61 56 18 68**

Expert en solutions digitales et interactives, réalité Augmentée, réalité Virtuelle et Web 3D. Configurateur de produit, visite virtuelle, simulateur, applications mobile 3D, vision augmentée



### **HOTEL PULLMAN SARDEGNA – Lamia SALAH – +39 070 79 79 7003**

Le Pullman Timi Ama Sardegna est situé au cœur de l'Aire Marine Protégée «Capo Carbonara» en Sardaigne. Toutes nos actions visent à respecter et à préserver l'environnement qui nous accueille.



### **TECHNO BAM / QIUSTA – Camille MURANY-KOVACS – 06 67 59 32 35**

La société Techno BAM / QIUSTA vous présente ses innovations en matière de lutte anti-moustique écologique. Nos produits permettent d'éliminer plus de 88% des moustiques en zone urbaine sans impacter notre santé et nos écosystèmes.



### **BLUSET – Arnaud ALARY – 06 33 57 63 51**

Vous souhaitez installer une station de traitement écologique des eaux usées produites au sein de vos Hôtels et Campings ? **Bluset** est votre partenaire pour l'assainissement et le traitement des eaux pour vos aménagements en continu.

### **CENTRE AZUR – Mr ANDREU – 04 94 74 18 87**

Le Centre Azur est un centre international de séjour, axé principalement sur le tourisme social et solidaire. Notre objectif : favoriser l'accès aux vacances pour tous et l'épanouissement de la personne



### **SMARTEMBED – Terrence HUERTAS – 06 50 09 02 90**

SmartEmbed développe et commercialise une solution connectée, nommée Eddo, de contrôle d'accès et de réduction de la consommation d'eau et d'énergie des douches collectives et individuelles



### **Découverte du vivant – Thomas ROGER – 06 10 57 17 11**

Embarquez avec notre équipe de naturalistes, photographes et scientifiques pour une expérience unique, au large de la grande bleue. Cinq ports de départ sur la façade méditerranéenne française



## Projets Stratus



### **CAHYDRO – Luc ANDREOLETTI – 07 84 91 24 46**

Un outil de détection de microorganismes comme des légionelles dans tous les types d'échantillon d'eau en seulement 48 h



### **Cigno Nero – Cédric Bindewald – 06 68 61 43 85**

Sentinelle de la mer en tant que pêcheur professionnel et skipper d'un vieux gréement avec lequel nous faisons des sorties à la journée, afin de dynamiser ces deux activités



### **COMPOSTERRE – Pascal REVALIER – 06 10 56 22 91**

ComposTerre est un bureau d'études spécialisé dans le conseil et l'assistance technique aux entreprises pour la mise en place de solutions de valorisation par compostage des grands producteurs de biodéchets



### **CONNECT SYTEE – Jeremy L'HOSTIS –**

Des solutions économiques et écologiques pour une meilleure gestion des déchets en centre ville

### **ENEA – Carla CREO – +396 30 48 44 79**

Posidonies déposées sur la plage : un problème que l'on transforme en une ressource



### **Espace MER – Philippe BERNARDI – 06 24 43 33 37**

Au travers de toutes nos activités nautiques, maritimes et sous-marines, nous condions tourisme et environnement. Un exemple : la balade en mer à la découverte des océans, vecteur de sensibilisation et d'éducation



### **Ferme de TIAVAN – Cécile IRANZO – 06 10 65 84 31**

Bi venue dans une ferme pas comme les autres ! Nous avons créé ce lieu de loisirs, pédagogique et écologique, en 2017, pour partager notre amour de la nature



### **Natur'Evasion – J. C. FICHERA – 06 45 55 36 95**

Activités en plein air au cœur de la Provence : canoë, kayak, vélos, parcours accrobranches, escalade, paddle. Dans un esprit de respect de la nature et d'éducation à l'environnement



## PARTIE II – BOITE A OUTILS

# Détail des méthodes et outils développés au cours des différentes phases d'activité du projet STRATUS

### Contenu de la Boîte à Outils : Diagnostic

- ??Outil 1 - Questionnaire pour l'enquête quantitative
- ??Outil 2 - Guide des entretiens semi-directifs pour l'enquête qualitative sur la culture organisationnelle
- ??Outil 3 - Fiche modèle pour les diagnostics individuels durabilité
- ??Outil - 4 Fiche méthodologique pour les diagnostics individuels compétitivité

### Certification et accompagnement des entreprises

- ??Outil 5 - Guide méthodologique pour la certification des entreprises touristiques
- ??Outil 6 - Cahier des charges simplifié
- ??Outil 7 - Fiche type pour le suivi et l'accompagnement personnalisé des entreprises certifiées
- ??Outil 8 - Kit de communication pour les entreprises certifiées
- ??Outil 9 - Méthodologie opérationnelle d'animation des ateliers de réflexion collective

## **OUTIL 1 - Questionnaire pour les entreprises touristiques**

Ce questionnaire vise à collecter des données utiles afin d'analyser la compétitivité et la durabilité de la destination touristique "Sanary-sur-Mer / Ouest Var" et des entreprises touristiques actives dans cette zone. Ladite analyse fait partie des activités du **projet STRATUS (Stratégies environnementales pour un tourisme durable)**, financé par le programme Interreg "Italie-France Maritime" 2014-2020, dont le chef de file est l'organisation italienne CRENoS (Centre de Recherches Economiques Nord Sud des Universités de Cagliari et de Sassari). Il est mis en oeuvre dans le Var par trois organisations françaises : Éa éco-entreprises, Ecoscience Provence et le GIP FIPAN. .

**Nous vous remercions par avance de votre collaboration, qui est précieuse et indispensable** pour la bonne réussite de l'analyse. La durée prévue pour répondre à l'ensemble des questions est d'environ 20 minutes. Nous vous remercions sincèrement de ce temps que vous allez nous accorder, que nous savons précieux en pleine saison touristique.

Vous serez bien évidemment informés des suites et résultats de l'analyse conduite.

### **Vos contacts :**

Éa éco-entreprises : Anne-Gaëlle JAY - [anne-gaelle.jay@ea-ecoentreprises.com](mailto:anne-gaelle.jay@ea-ecoentreprises.com)

Ecoscience Provence : Maeva Monnier - [maeva.monnier@ecoscienceprovence.com](mailto:maeva.monnier@ecoscienceprovence.com)

GIP FIPAN : Mathilde Woillez - [mathidle.woillez@laposte.net](mailto:mathidle.woillez@laposte.net)



## 1. VOUS / VOTRE ORGANISATION

Dans quel type d'entreprise, listé ci-dessous, travaillez-vous (une seule réponse) ?

- ☐ Agence de voyage ou tour-operator    ☐ Hôtel/Resort    ☐ Structure d'hébergement extra-hôtelière  
☐ Société d'excursion    ☐ Attraction touristique (musée, site archéologique, etc.)  
☐ Cave viti-vinicole    ☐ Société d'organisation d'événements  
☐ Restaurant/Bar    ☐ Guide touristique    ☐ Société de diving/plongée  
☐ Société de services nautiques    ☐ Etablissement balnéaire/concessionnaire de plage  
☐ Autre (précisez) \_\_\_\_\_

Quelle est votre fonction au sein de l'entreprise ?

- ☐ Directeur/manager    ☐ Entrepreneur/propriétaire    ☐ Responsable communication/marketing  
☐ Responsable financier    ☐ Dir. ressources humaines    ☐ Autre, précisez \_\_\_\_\_

Combien de collaborateurs non-saisonniers emploie votre organisation ? \_\_\_\_\_

## 2. LES COMPETENCES : LES VOTRES, DE VOTRE ENTREPRISE ET DU TERRITOIRE

Dans les fonctions que vous occupez (entrepreneur, salarié dans une entreprise privée, etc.), quelles aptitudes pensez-vous posséder parmi celles listées ci-après ? Veuillez répondre en choisissant un nombre compris entre 1 et 5 (1= pas de tout, 5=tout à fait)

Capacités organisationnelles	1	2	3	4	5
Créativité	1	2	3	4	5

Selon vous, quels sont les points critiques qui entravent l'exercice de votre activité ? Veuillez répondre en choisissant un nombre compris entre 1 et 5 (1= pas du tout défavorable, 5=très défavorable)

Bureaucratie	1	2	3	4	5
Ressources financières disponibles	1	2	3	4	5

Pourriez-vous nous dire si votre organisation possède les caractéristiques suivantes ? Veuillez répondre en choisissant un nombre compris entre 1 et 5 (1= pas du tout, 5=tout à fait)

Compétences professionnelles	1	2	3	4	5
Volonté/détermination	1	2	3	4	5
Esprit de sacrifice (en termes d'engagement, de temps, etc.)	1	2	3	4	5

En prenant en considération tout le territoire de référence (Sanary-sur-Mer / l'Ouest Var), pourriez-vous nous dire dans quelle proportion les caractéristiques suivantes sont présentes ? Veuillez répondre en choisissant un nombre compris entre 1 et 5 (1= pas du tout présentes, 5=très présentes)

Aptitude à la communication /promotion/marketing	1	2	3	4	5
Aptitude à offrir des services possédant des normes de qualité adéquates	1	2	3	4	5

### 3. AMELIORATIONS POSSIBLES OU ENVISAGEES POUR VOUS / VOTRE ENTREPRISE / LE TERRITOIRE

Quels aspects vous paraissent prioritaires à améliorer personnellement, en repensant à vos expériences de succès professionnel, à ce qui vous caractérise le plus dans votre travail et en prenant en compte les objectifs que votre organisation entend atteindre ? Veuillez répondre en choisissant un nombre compris entre 1 et 5 (1= pas du tout prioritaire, 5=très prioritaire)

Capacités d'organisation	1	2	3	4	5
Créativité	1	2	3	4	5
Motivation des salariés et des collaborateurs	1	2	3	4	5
Aptitude à prendre les décisions de manière efficace	1	2	3	4	5
Aptitude à gérer le temps de manière plus efficace	1	2	3	4	5

Quels aspects vous paraissent prioritaires à améliorer dans votre entreprise, si vous tenez compte des compétences de vos collègues/collaborateurs et des objectifs que votre organisation entend atteindre ?, Veuillez répondre en choisissant un nombre compris entre 1 et 5 (1= pas du tout prioritaire, 5=très prioritaire)

Compétences professionnelles	1	2	3	4	5
Détermination	1	2	3	4	5
Sens des responsabilités	1	2	3	4	5
Formation (y compris les voyages d'étude/stages, etc.)	1	2	3	4	5
Capacité d'analyser les cas ayant eu le plus de succès (benchmarking)	1	2	3	4	5

Quels aspects vous paraissent prioritaires à améliorer pour la destination « Sanary /Ouest Provence » ? Veuillez répondre en choisissant un nombre compris entre 1 et 5 (1= pas du tout prioritaire, 5=très prioritaire)

Aptitude à la communication/promotion/marketing	1	2	3	4	5
Normes de qualité des services	1	2	3	4	5
Compétences professionnelles	1	2	3	4	5
Capacités d'organisation	1	2	3	4	5



#### 4. COMPETITIVITE DE VOTRE ENTREPRISE ET DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

Quelles sont selon vous, les actions prioritaires à entreprendre afin d'augmenter la compétitivité de votre entreprise ? Veuillez répondre en choisissant un nombre compris entre 1 et 5 (1=priorité faible, 5=priorité élevée)

Innovation des produits et des services	1	2	3	4	5
Augmentation des normes de qualité des services	1	2	3	4	5
Renforcement de l'engagement dans les actions de protection de la nature	1	2	3	4	5
Utilisation de certifications de durabilité environnementale	1	2	3	4	5
Plus grande utilisation d'internet et des réseaux sociaux pour la promotion/distribution	1	2	3	4	5
Accessibilité de nos services à tous (handicapés physiques et mentaux, personnes âgées, etc.)	1	2	3	4	5
Communication, meilleure et plus étoffée, concernant l'engagement de l'entreprise à respecter l'environnement	1	2	3	4	5
Prospection de nouveaux segments de marché à desservir	1	2	3	4	5
Mesure, gestion et suivi de la satisfaction des clients	1	2	3	4	5
Amélioration de la capacité à gérer notre réputation sur les réseaux sociaux en apprenant à répondre aux critiques des clients	1	2	3	4	5
Formation du personnel	1	2	3	4	5

Quelles sont selon vous, les actions prioritaires à entreprendre afin d'augmenter la compétitivité de Sanary/ Ouest Var en tant que destination touristique ? Veuillez répondre en choisissant un nombre compris entre 1 et 5 (1=priorité faible, 5=priorité élevée).

Innover dans l'offre touristique en créant des alternatives au produit balnéaire	1	2	3	4	5
Améliorer les normes de qualité des services de sécurité	1	2	3	4	5
Améliorer la qualité des services de propreté et d'hygiène	1	2	3	4	5
Améliorer le système de gestion des ordures	1	2	3	4	5
Augmenter l'utilisation d'internet et des réseaux sociaux pour la promotion/distribution de l'offre touristique	1	2	3	4	5
Rendre la destination accessible à tous (handicapés physiques et mentaux, personnes âgées, etc.)	1	2	3	4	5
Favoriser l'accessibilité de Sanary / l'Ouest Var par un service de transports en communs adapté	1	2	3	4	5
Créer un système de formation pour augmenter le professionnalisme des opérateurs	1	2	3	4	5
Développer une plus grande culture de l'hospitalité chez toute la population	1	2	3	4	5
Favoriser un système de transport local électrique	1	2	3	4	5
Impliquer davantage la population locale dans le tourisme à Sanary / dans l'Ouest Var	1	2	3	4	5
Rendre plus concrète la notion durabilité : la traduire en actions plutôt qu'en labels, marques ou certifications	1	2	3	4	5
Favoriser une plus grande collaboration public-privé	1	2	3	4	5
Augmenter la participation des opérateurs touristiques locaux dans la programmation touristique territoriale	1	2	3	4	5
Lier davantage la promotion de la destination à l'authenticité et à l'identité du lieu	1	2	3	4	5

## 5. PRISE EN COMPTE DE L'ENVIRONNEMENT DANS VOTRE ENTREPRISE

	OUI	NON
Votre organisation fournit-elle aux clients des informations sur les thématiques environnementales ?		
Fournit-elle aux clients des informations sur comment réduire la consommation d'énergie/d'eau ?		
Les informations environnementales fournies par la Commune de Sanary / votre commune sont-elles suffisantes ?		
Votre organisation effectue-t-elle des achats de produits certifiés (Ecolabel, ISO 14001, etc.) ?		
Votre organisation effectue-t-elle des achats en privilégiant des fournisseurs locaux/régionaux ?		
Votre structure est-elle équipée d'un système de récupération des eaux de pluie ?		
Utilisez-vous ou fournissez-vous à vos clients des produits ménagers ou d'hygiène en doses uniques ?		
Les toilettes de votre structure sont-elles équipées d'un double système de chasse d'eau ?		
Votre organisation a-t-elle un système de climatisation séparée pour les différentes zones ?		
Votre organisation a-t-elle un système d'éclairage avec détection de présence ?		
Votre organisation utilise-t-elle des mélangeurs d'eau qui en réduisent la consommation ?		
Le système de gestion des déchets de votre territoire vous permet-il de trier vos propres déchets ?		
Triez-vous l'ensemble de vos déchets recyclables ?		
Incitez-vous vos clients à faire le tri des déchets ?		
Par rapport à votre consommation annuelle, quel pourcentage d'électricité produite avec des sources d'énergie renouvelable utilisez-vous ? Indiquez le % approximatif (indiquez zéro si vous n'utilisez pas d'énergie renouvelable)		
Dans quelle mesure utilisez-vous des ampoules LED ou de classe A ? Indiquez le % approximatif (indiquez zéro si vous n'utilisez pas d'ampoules à LED ou de classe A):		

## 6. COMPETITIVITE et DURABILITE / CHANGEMENT CLIMATIQUE

Pourriez-vous nous dire si vous êtes d'accord ou non avec les affirmations suivantes ? Veuillez répondre en choisissant un nombre compris entre 1 et 5 (1 =pas du tout d'accord, 5=entièrement d'accord)

La disponibilité limitée des ressources financières entrave les investissements dans les activités entrepreneuriales liées à la durabilité	1	2	3	4	5
La complexité des procédures et de la bureaucratie entrave les investissements dans des activités entrepreneuriales liées à la durabilité	1	2	3	4	5
La gestion des rapports avec les autres opérateurs du territoire, la faiblesse ou le manque de structuration des acteurs entravent la mise en place des activités liées à la durabilité touristique	1	2	3	4	5
Le changement climatique est un problème réel et d'actualité cuisante	1	2	3	4	5
La formation en matière de changement climatique est très utile	1	2	3	4	5
Le changement climatique a des répercussions importantes sur le tourisme	1	2	3	4	5
Dans mon organisation, nous sommes suffisamment informés sur le changement climatique et sur ses répercussions sur le tourisme	1	2	3	4	5
En changeant le mode de gestion de notre entreprise, nous pouvons contribuer à réduire l'impact du changement climatique	1	2	3	4	5
Les opérateurs touristiques (publics et privés) doivent s'unir afin de sensibiliser les institutions publiques sur le thème du changement climatique	1	2	3	4	5
Les opérateurs publics et privés doivent échanger davantage leurs points de vue respectifs afin de rendre plus innovante l'offre des services touristiques et anticiper les problèmes du changement climatique	1	2	3	4	5
Augmenter la durabilité touristique de Sanary / l'Ouest Var augmenterait de manière importante le nombre des visiteurs	1	2	3	4	5
Je suis disposé(e) à investir moi-même pour favoriser un tourisme plus durable	1	2	3	4	5
La durabilité touristique de Sanary / l'Ouest Var devrait être encouragée prioritairement par le versement d'aides publiques aux entreprises	1	2	3	4	5
Je pense que les touristes seraient disposés à payer davantage pour passer leurs vacances dans une destination touristique durable	1	2	3	4	5

Avez-vous un rêve caché qui, s'il était réalisé, pourrait augmenter la compétitivité et la durabilité touristique de Sanary / l'Ouest Var, ainsi que sa capacité à se promouvoir sur les marchés touristiques nationaux et internationaux ? Si oui, dites-nous comment en nous expliquant de quelle manière l'organisation que vous représentez pourrait contribuer à réaliser ce rêve caché.

[illegible]

Connaissez-vous d'autres personnes / entreprises / acteurs touristiques, qui pourraient être intéressés par la démarche du projet et répondre également à l'enquête ?

Nom et coordonnées : \_\_\_\_\_

Si vous désirez recevoir des informations quant aux résultats de l'étude, veuillez nous fournir les données suivantes :

Nom et prénom : \_\_\_\_\_  
Société d'appartenance : \_\_\_\_\_  
Date de remplissage du questionnaire : \_\_\_\_\_

MERCI POUR VOTRE PRECIEUSE COLLABORATION.

NOUS VOUS SOUHAITONS UNE EXCELLENTE SAISON TOURISTIQUE !

## OUTIL 2 - Plan d'entretien pour les Témoins Privilégiés

Nom de la personne interrogée \_\_\_\_\_

Entreprise/Administration/Association \_\_\_\_\_

Fonctions \_\_\_\_\_

Ancienneté dans les fonctions occupées \_\_\_\_\_

Principale activité précédente \_\_\_\_\_

Nous avons affaire à une phase particulièrement importante durant laquelle il est possible de saisir les valeurs qui guideront notre vision stratégique afin d'améliorer la capacité des entreprises du secteur touristique à promouvoir une meilleure offre touristique intégrée et durable.

Nous pensons que cette phase sera également une opportunité de réflexion sur les actions menées par les entreprises ci-dessus qui pourra leur être utile et les satisfaire.

### DECOUVRIR

#### a- Questions concernant l'exercice des fonctions

1. Si vous deviez définir quels sont vos atouts dans l'exercice de vos fonctions (d'entrepreneur, d'administrateur, de dirigeant public, de responsable d'association) lesquels indiqueriez-vous ?

*Il convient d'indiquer ce qui fonctionne, ce que l'on parvient à faire le mieux, ce qui donne une sensation de succès, ainsi que les résultats atteints et les objectifs dépassés. Il est important d'identifier les capacités (par exemple, à la prise de décisions, à la programmation du temps, à l'évaluation des ressources humaines, à l'utilisation des moyens techniques), les connaissances (techniques, générales, contextuelles), le comportement (styles de direction influents, autoritaires et hiérarchiques, collaboratifs, développement de network) qui sont mis en œuvre dans l'activité "ordinaire" et qui permettent d'obtenir les meilleurs résultats.*

---

---

---

---

2. Quels sont les trois principaux problèmes que vous rencontrez dans votre travail ?

*Je vous prierais de bien vouloir me répondre en veillant à vous limiter, dans la mesure du possible, aux difficultés opérationnelles, organisatrices, procédurales, administratives voire technologiques, conceptuelles, etc. Nous ne tiendrons pas compte, ici, des aspects généraux (carences structurelles, crise financière générale ou politique, etc.)*



*Il convient d'indiquer les aspects sur lesquels il est possible d'agir raisonnablement dans le cadre des fonctions exercées (aspects concernant soi-même tels les connaissances, les capacités ou les comportements qui font le plus défaut).*

---

---

---

---

3. Vous souvenez-vous de situations particulières de succès dans lesquelles vous avez été directement impliqué/e et durant lesquelles vous êtes parvenu/e à résoudre efficacement une situation compliquée ? Quelles sont les décisions et les actions que vous avez mises en œuvre et qui se sont avérées stratégiques pour la résolution d'une telle situation ? Quels aptitudes, connaissances et moyens avez-vous mis en œuvre pour résoudre un telle situation ?

*Par exemple, un épisode caractérisé par la résolution rapide d'un problème ou la possibilité de surmonter des contraintes procédurales, d'affronter des situations nouvelles, etc.*

---

4. Au cours de votre activité, quel a été le changement le plus infime ayant produit la différence la plus grande ?

---

**b- Questions concernant votre organisation**

5. Maintenant, nous aimerions parler globalement ou spécifiquement de votre organisation (si vous êtes responsable d'un service d'une entreprise, dirigeant d'une administration publique ou d'une l'association).

La première question est identique à celle précédemment posée. Si vous deviez définir vos principaux atouts, lesquels vous semblent les plus importants ? En d'autres termes, quelles sont les capacités (à la prise de décision, à la programmation du temps, à l'utilisation des moyens techniques), les connaissances (techniques, générales, contextuelles), les comportements (accomplissement des tâches imparties, styles de travail, développement de network) utilisés dans votre travail qui permettent d'obtenir les meilleurs résultats, grâce à l'aide de vos collaborateurs, et qui constituent de réels atouts pour votre organisation ?

*Cette question vise à faire ressortir les caractéristiques importantes ayant contribué au succès de votre organisation en termes d'efficacité et de compétitivité et conformes aux missions et/ou les stratégies programmées.*

---

*Augmenter la capacité des entreprises du secteur touristique durable dans leurs territoires respectifs à promouvoir une offre touristique intégrée et durable sur les marchés nationaux et internationaux.*

*Augmenter la durabilité du tourisme maritime-balnéaire en s'appuyant sur la capacité des entreprises du secteur touristique de réduire l'impact des activités humaines sur les ressources naturelles (mer, plages, dunes, arrière-dunes, ressources en eau, énergétiques, etc.).*

*Renforcer la capacité de planification et de gestion du secteur des administrations locales et des entreprises afin de définir des stratégies intégrées en matière de tourisme durable, y compris des stratégies de basse émission de CO<sup>2</sup> et des stratégies d'utilisation efficace des ressources.*

*Afin de répondre correctement à cette question, il est important de posséder quelques indications de caractère stratégique découlant de l'analyse documentaire. En effet, la réponse à cette question pourrait faire référence aux indications stratégiques générales collectées lors de l'analyse documentaire concernant votre type spécifique d'organisation.*

---

13. Que seriez-vous prêt à faire immédiatement pour réaliser un tel projet ?

---

14. Quelles démarches serait-il possible de faire concrètement en ce sens ?

---

---

---

---

---

15. Y-a-t-il un secteur quelconque dans lequel votre entreprise (administration publique ou association) a acquis des compétences et/ou des expériences innovantes en mesure de faciliter la réalisation d'un projet d'amélioration de tout le territoire ?

*Il est possible de rappeler aux personnes interrogées, que les indications concernant des thématiques spécifiques liées aux activités quotidiennes, ainsi qu'aux aspects liés à l'organisation, à la technique, à la motivation et au travail pourraient être utiles également aux compétiteurs ou aux autres acteurs (nouveaux ou déjà présents, jeunes ou moins jeunes). Par ailleurs, ce type d'intervention devrait être considéré comme étant une opportunité de valoriser les expériences vécues dans une optique de croissance et de partage.*

---

**Observations de la personne menant l'entretien**

**Meilleure phrase entendue lors de l'entretien**

---

---

---

---

**Histoire la plus fascinante racontée**

---

---

---

---

**Thèmes distinctifs évoqués lors de l'entretien**

- 1) 

---
- 2) 

---
- 3) 

---



### OUTIL 3 - Fiche modèle pour les diagnostics individuels durabilité

#### «Analyse de la compétitivité et de la durabilité du secteur touristique dans le département du Var» Nom de l'entreprise

Ce questionnaire permet de faire un premier état des lieux afin de connaître le degré d'évolution de votre structure dans une démarche de tourisme responsable. Les réponses fournies permettent d'identifier les points sur lesquels vous pouvez vous améliorer dans cette démarche. Des pistes d'action vous sont proposées afin de définir les pratiques sur lesquels vous souhaitez vous améliorer.  
Cette auto-évaluation comprend 3 catégories de questions : responsabilité environnementale, Economie solidaire et responsabilité sociale.

Les informations recueillies dans le présent questionnaire constituent, au sens de la loi « Informatique et Libertés » du 6 janvier 1978 modifiée en 2004, un traitement de données.

Citoyens de la Terre est responsable de ce traitement.

Conformément à la loi Informatique et Libertés, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition que vous pouvez exercer en contactant Citoyens de la Terre : 14, rue Berlioz-13006 Marseille / 04.91.53.74.65.

Citoyens de la Terre s'engage à observer la plus grande confidentialité lors de l'utilisation des données.

IDENTIFICATION DE LA STRUCTURE	
Nom de la structure :	Statut :
Nom de la personne à contacter :	
Adresse :	Code postal/ville :
Tél. fixe :	Tél. portable :
Fax :	Mail :
Activité principale :	
Etos-vous labellisé ? Oui (pas de label bio car trop de contraintes administratives, mais travaille en bio)	Quel(s) label(s) ? Bienvenue à la ferme (sans hébergement) + communauté d'agglomération Sud Sainte Beaulme
Etos-vous certifié par un organisme indépendant ? (ISO 9000 - ISO 14 000 - EMAS, etc.) Non	
Faites-vous partie d'un réseau ? Oui	Le(s)quel(s) ? Chambre d'agriculture et Bienvenue à la ferme
Avez-vous des espaces extérieurs ? Oui	Superficie : 6 hectares de vignes et 2 hectares de garrigue
Nombre de salariés : Saisonniers : 3 Vacataires :	Nombre de bénévoles (le cas échéant) : /

Citoyens de la Terre		GRILLE EVALUATION EVEIL / STRATUS Nom de l'entreprise, date					
RESPONSABILITE ENVIRONNEMENTALE							
RE	PATRIMOINE NATUREL ET CULTUREL Valorisation et intégration	Compétences liées	Non	En partie	Oui	NA	Remarques ou précisions
1	Mettez-vous à disposition dans votre structure des informations sur le patrimoine naturel local (la faune et la flore, la géologie, les écosystèmes) ?	5254 Sensibiliser ses usagers aux patrimoines locaux (1 RE Patrimoine)			x		A l'oral + photos dans un « book », pas d'utilisation de brochures
2	Mettez-vous à disposition des informations sur le patrimoine culturel local ?	542 Valoriser le patrimoine naturel et culturel méditerranéen (2 RE Patrimoine)	x				
3	Votre espace naturel (jardin, parc, ...) est-il géré de manière raisonnée (espèces locales, minimum de produits phytosanitaires, etc) ?	4224 Gérer un espace naturel de façon raisonnée (3 RE Patrimoine)			x		on ne se réfère qu'à l'espace de garrigue (hors vignes)
4	Favorisez-vous les matériaux naturels et locaux dans vos aménagements ?	2435 Favoriser les matériaux naturels et locaux dans l'aménagement de bâtiment (4 RE Patrimoine) 1134 Concevoir un projet de construction avec des éco-matériaux (4 RE Patrimoine)	x				Parpaings, pas de bois
5	La signalétique de votre activité et vos équipements sont-ils intégrés au paysage (taille raisonnable, coloris sobres et intégrés, couverture naturelle) ?	4435 Intégrer ses équipements et signalétiques au paysage (5 RE Patrimoine)	x				
RE	Maîtrise de l'ENERGIE (Précisions)		Non	En partie	Oui	NA	Remarques ou Précisions
6	Avez-vous réalisé un diagnostic énergétique de vos activités ?	4143 Réaliser un diagnostic d'efficacité énergétique (6 RE Energie ) 4143 Réaliser un bilan carbone (6 RE Energie ) Suivre l'évolution de ses consommations en énergie		x			Suit les factures
7	Utilisez-vous des équipements économes en énergie (lampes basse consommation, réfrigérateur, chauffage) ?	4135 Installer des équipements économes en énergie (7 RE Energie )			x		Led
8	Votre bâtiment est-il bien isolé thermiquement ?	4135 Mettre en place une isolation thermique (8 RE Energie ) Connaître le niveau d'isolation de son bâtiment			x		Habitation + fromagerie
9	Eteignez-vous les veilleuses des appareils électriques ?	4135 Eteindre les veilleuses des appareils électriques (9 RE Energie )	x				
10	Avez-vous mis des détecteurs de présence ou des minuteries au niveau des interrupteurs ?	4135 Installer des détecteurs de présence ou des minuteries aux interrupteurs (10 RE Energie )	x				Ça va venir, lampes solaires
11	Avez-vous mis en place des équipements produisant des énergies renouvelables ? Ou avez-vous souscrit un contrat certifiant la production de votre électricité par des énergies renouvelables ?	4135 Mettre en place un système de production d'énergie renouvelable (11 RE Energie ) 4215 Souscrire à un contrat garantissant la production d'énergie renouvelable	x				
12	Sensibilisez-vous vos usagers sur la maîtrise de l'énergie de votre bâtiment ? (panneaux, affiches, brochures, etc)	5254 Sensibiliser ses usagers aux économies d'énergie (12 RE Energie )				x	
RE	Gestion de l'EAU		Non	En partie	Oui	NA	Remarques ou Précisions
13	Connaissez-vous précisément votre consommation totale en eau et celle de chacun de vos grands postes de consommation ?	4243 Réaliser un diagnostic de consommation d'eau (13 RE Eau) 3223 Suivre l'évolution de ses consommations en eau	x				Forfait canal de Provence
14	Votre système d'arrosage est-il automatisé et/ou effectué avec de l'eau de pluie ? Récupération de l'eau de pluie ?	4235 Automatiser l'arrosage d'espace vert (14 RE Eau) 2225 Récupérer l'eau de pluie (14 RE Eau)		x			Pas d'arrosage ou peu
16	Avez-vous mis en place des réducteurs de débit ou des économiseurs d'eau ? Double système de chasse d'eau ?	4235 Installer des équipements économes en eau (16 RE Eau)		x			WC double chasse
18	Informez-vous vos clients sur des gestes simples pour réduire la consommation d'eau ?	5254 Sensibiliser ses usagers aux pratiques d'économie d'eau (18 RE Eau)				x	
RE	Gestion des DECHETS		Non	En partie	Oui	NA	Remarques ou Précisions
19	Triez-vous les déchets dans votre structure (papier, emballage, verre) ? Système de gestion adapté de votre territoire adapté ?	4215 Pratiquer le tri sélectif (10 RE Déchets) 3215 Organiser une collecte sélective des déchets 4235 Construire un bassin de rétention de déjections animales		x			Uniquement le verre. Pas de point d'apport volontaire sur place (en bas du chemin de Cuges), demande un effort qui n'est pas fait.
20	Vos usagers sont-ils informés et peuvent-ils participer au tri sélectif ?	5254 Sensibiliser ses usagers au tri sélectif (20 RE Déchets)			x		Consigne des tubes de moulage des faisselles
21	Conservez-vous les feuilles imprimées au recto pour le brouillon ?	2235 Recycler des matières inertes (21 RE Déchets) 4234 Maîtriser sa consommation de papier à la source			x		
22	Recyclez-vous les cartouches d'encre grâce à un prestataire ?	2235 Recycler des matières inertes (22 RE Déchets)			x		
23	Avez-vous mis en place un système de compostage de vos déchets verts ?	4225 Mettre en place un composteur de déchets verts (23 RE Déchets) 2225 Recycler des déchets verts (23 RE Déchets)		x			Pas de compostage, mais les déchets verts sont donnés aux poules.
24	Faites-vous récupérer vos huiles de friture par un prestataire ?	2225 Récupérer des huiles de friture (24 RE Déchets)				x	

RE	Transport	()	Non	En partie	Oui	NA	Remarques ou Précisions
26	Vos usagers peuvent-ils disposer de modes de transports moins polluants pour se déplacer dans vos activités (vélos, véhicules électriques, chevaux, ...) ?	5135 Mettre à disposition de ses usagers des transports doux (26 RE Transport) 4134 Faciliter les éco-déplacements de ses salariés et usagers		x			Certains viennent en vélo, mais la ferme est isolée.
27	Mettez-vous à disposition de vos usagers et de votre personnel les horaires de transport collectifs (si disponibles) et des renseignements sur les modes de transport doux et collectifs pour se déplacer (covoiturage, vélo, bus, ...) ?	5114 Informer ses usagers sur les modes de transport doux ou collectifs (27 RE Transport) 5114 Informer ses salariés sur les modes de transport doux ou collectifs 4334 Pratiquer le covoiturage (27 RE Transport) 4215 Mettre en place un outil de covoiturage	x				Pas de transports collectifs, isolée
RE	Qualité de l'AIR	()	Non	En partie	Oui	NA	Remarques ou Précisions
28	Vérifier vous régulièrement l'étanchéité des circuits de réfrigération et installations frigorifiques ?	3235 Entretenir des systèmes de traitement d'air, de réfrigération ou de réseau d'eau (28 RE Air)			x		Obligation
29	Assurez-vous un entretien régulier des systèmes de climatisation, traitement d'air et réseau d'eau chaude afin d'éviter la légionellose ?	3235 Entretenir des systèmes de traitement d'air, de réfrigération ou de réseau d'eau (29 RE Air)			x		2 clim dans la fromagerie (clim de « secours ») et 2 clim dans la maison (2 espaces)
ECONOMIE responsable et solidaire							
ERS	Pérennité de l'activité	()	Non	En partie	Oui	NA	Remarques ou Précisions
34	Avez-vous mis en place un système de gestion de la fréquentation dans votre activité? (volume d'activité en fonction de la capacité de charge de votre espace d'activité)	4415 Mettre en place un système de gestion de la fréquentation de son activité (34 ERS Pérennité)			x		Heures de visite et de vente à la fromagerie
35	votre activité s'étale t-elle sur toute l'année?	3413 Gérer une activité saisonnière (35 ERS Pérennité)		x			Fin des visites de la fromagerie fin octobre, mais activité en continue (soin des bêtes et de la vigne)
ERS	Répartition des bénéfices de l'activité	()					
38	Votre structure est-elle organisée en réseau avec d'autres acteurs locaux ?	1452 Concevoir un circuit touristique thématique « responsable et solidaire » (38 ERS Bénéfices) 4452 Travailler en partenariat pour une offre commune (38 ERS Bénéfices) 4252 Travailler en partenariat pour mutualiser des déchets (38 ERS Bénéfices) 4452 Travailler en partenariat pour des achats groupés responsables (38 ERS Bénéfices)		x			De manière informelle avec le domaine viticole
40	Communiquez-vous sur les activités d'autres acteurs du territoire ?	5454 Communiquer sur les activités d'autres acteurs du territoire (40 ERS Bénéfices) 4535 Réaliser une vitrine-expo valorisant des produits du patrimoine local			x		Vinéol
ERS	POLITIQUE D'ACHAT responsable	()	Non	En partie	Oui	NA	Remarques ou Précisions
41	Utilisez-vous des produits bénéficiant d'un écolabel ?	2442 Acheter des produits bénéficiant d'un écolabel (41 ERS Achats)		x			
42	Utilisez-vous des produits recyclés ou vendus plutôt en recharge? (papiers, gobelets, matériel réutilisable)	2412 Acheter des produits recyclés ou vendus plutôt en recharge (42 ERS Achats)	x				Unidoses
44	Utilisez-vous des produits issus de l'agriculture biologique ou commerce équitable ?	2422 Acheter des produits issus de l'agriculture biologique (44 ERS Achats)	x				
46	Favorisez-vous des fournisseurs et prestataires inscrits dans une démarche responsable ?	1411 Concevoir une politique d'achat responsable (46 ERS Achats) 5454 Promouvoir les produits locaux, bio et en circuit court (46 ERS Achats)			x		Se fournit auprès des producteurs du marché : confiance en eux en dehors de labels Bio
Responsabilité SOCIALE							
RS	INTEGRATION dans la vie locale		Non	En partie	Oui	NA	Remarques ou Précisions
47	Favorisez-vous le lien entre vos usagers et les acteurs du territoire ?	4351 Favoriser les liens sociaux entre ses usagers et la population locale (47 RS Vie locale)	x				Les gens viennent sur place
48	Participez-vous à des actions locales avec d'autres acteurs territoriaux ?	4554 Participer à une action locale de formation ou de partage d'expériences (48 RS Vie locale) 4514 Participer à une action locale de promotion du territoire (48 RS Vie locale) 4354 Participer à une action de solidarité locale (48 RS Vie locale)		x			Participe à la vie locale en étant présente sur les marchés
RS	SALARIES	()	Non	En partie	Oui	NA	Remarques ou Précisions
53	Employez-vous des personnes des communes alentours ? si oui quel %	2354 Favoriser les emplois locaux (53 RS Salariés)			x		1/3 les autres viennent d'Espagne
54	Employez-vous des travailleurs en CDI ? %	4352 Employer des travailleurs en CDI (54 RS Salariés)	x				
55	Employez-vous du personnel qui rencontre des difficultés d'emploi (handicapé, en insertion ou ré-insertion, seniors) ? %	4352 Employer des travailleurs en difficulté d'insertion (55 RS Salariés)	x				
56	Proposez-vous des formations à vos salariés ?	1552 Concevoir un plan de formation pour les salariés (56 RS Salariés) 5554 Animer une formation pour ses salariés (56 RS Salariés) 5254 Sensibiliser ses salariés aux éco-gestes (56 RS Salariés) 4544 Proposer des formations sur l'environnement et le développement durable à ses salariés		x			
57	Avez-vous mis en place un moyen de consultation des salariés?	5352 Consulter ses salariés pour des prises de décisions (57 RS Salariés) 5352 Faire participer son équipe à un plan d'action Développement Durable (57 RS Salariés)	x				Peu nombreux, relations quasi-amicales.
58	Vos employés ont-ils d'autres avantages que leur salaire (mutuelle, chèques vacances, logement, etc...)	5344 Offrir des avantages sociaux ou matériels à ses salariés (58 RS Salariés)	x				fromages si besoin
RS	USAGERS	()	Non	En partie	Oui	NA	Remarques ou Précisions
60	Votre structure est-elle adaptée pour permettre un accueil handicapé (accessibilité, activité, etc...)	2344 Favoriser l'accueil de personnes en situation de handicap (60 RS Usagers) 4343 Réaliser un pré-diagnostic Tourisme et Handicap (59 RS Usagers)			x		Aménagements en cours
RS	Mode de règlement	()	Non	En partie	Oui	NA	Remarques ou Précisions
61	Acceptez-vous les chèques vacances ?	2344 Favoriser l'accueil de personnes aux revenus modestes (61 RS Règlement)				x	
62	Acceptez-vous les titres restaurant ?	2344 Favoriser l'accueil de personnes aux revenus modestes (62 RS Règlement)				x	
	Impacts directs et indirects du changement climatique	Risques Opportunités					Pas assez d'eau, diminution de la production des vignes et risques de feux. A la mer le soleil c'est bien quand on est en vacances.

**GRILLE EVALUATION  
EVEIL / STRATUS**  
Nom de l'entreprise, date

	Résultats 2016
Indice Démarche Globale (ENV et ESS)	45%
Indice Démarche Environnementale (ENV)	55%
Indice Démarche Economique, sociale et solidaire (ESS)	33%
Indice Maximal	100%

Qualification Territoires En'VIE	
A	80-100%
B	60-80%
C	40-60%
D	0-40%

	Résultat	Max	%
<b>ENVIRONNEMENT</b>			
PATRIMOINE NATUREL ET CULTUREL	12	24	50%
Maîtrise de l'ENERGIE	18	44	41%
Gestion de l'EAU	12	24	50%
Gestion des DECHETS	22	28	79%
Transport	2	12	17%
Qualité de l'AIR	16	16	100%
<b>ECONOMIE RESPONSABLE, SOCIALE, SOLIDAIRE</b>			
Gestion et diversification de l'activité	12	12	100%
Répartition des bénéfices de l'activité	2	8	25%
POLITIQUE D'ACHAT responsable	12	32	38%
INTEGRATION dans la vie locale	4	16	25%
SALARIES	5	44	11%
USAGERS	4	8	50%
Mode de règlement	0	0	#DIV/0 !
<b>TOTAL</b>	<b>121</b>	<b>268</b>	<b>45%</b>

## OUTIL 4 - Fiche Méthodologique : les diagnostics personnalisés « compétitivité »

Les outils utilisés pour l'analyse de la compétitivité des structures étaient définis dans le cahier des charges de l'analyse STRATUS. Ils ont été adaptés pour mieux répondre aux objectifs de l'étude, à savoir améliorer la compétitivité à travers la durabilité économique mais aussi environnementale et socioculturelle.

Il s'agit de deux outils synthétiques :

- le **SWOT** (Strengths/forces, Weaknesses/faiblesses, Opportunities/opportunités, Threats/menaces),
- et le **Business Model Canevas**.

Le **SWOT** permet d'identifier le positionnement de l'entreprise sur son marché et d'établir une analyse de son fonctionnement.

L'analyse SWOT a été adaptée selon le prisme des **7 questions centrales de la Responsabilité Sociétale**, à savoir :

1. La gouvernance
2. Les droits humains
3. Les relations et conditions de travail
4. L'environnement
5. Les bonnes pratiques des affaires
6. Les questions relatives aux consommateurs
7. L'engagement sociétal



Chacune des questions centrales a été abordée pour que l'entreprise puisse identifier ses actions et les positionner dans le SWOT. Par exemple, il sera possible d'identifier comment est perçue la question de la formation du personnel, ou des conditions de travail, mais aussi les relations avec les institutions et la société civile.

Les questions qu'amène la Responsabilité Sociétale sont une véritable analyse à 360° de l'entreprise et de son contexte. Le marché de référence considéré est celui de l'activité dans son aire géographique proche mais aussi nationale, européenne et mondiale. En effet, si les professionnels du tourisme se positionnent sur leur marché de proximité en priorité, il est intéressant de prendre en compte leur positionnement par rapport à d'autres destinations touristiques (pour des professionnels d'une activité sportive culturelle, cela peut être par exemple comme opportunité, la meilleure prise en compte de la valorisation culturelle par les institutions que dans d'autres destinations).

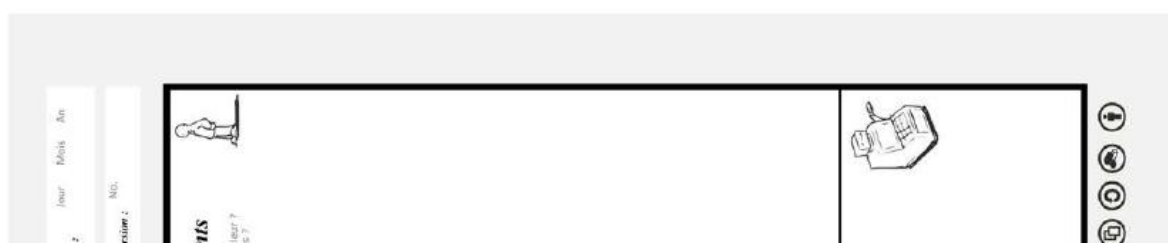
### Le Business Model Canvas enrichi d'une approche sur l'économie circulaire

Cet outil, plus axé sur l'activité et son fonctionnement que le SWOT, permet de faire un état des lieux précis du positionnement de la structure et d'identifier des pistes d'évolution.

L'adaptation de cet outil pour les besoins de l'étude se présente sous forme de nouvelles questions liées à l'économie circulaire.

Ainsi, ont été ajoutés au canevas initial :

- La recherche d'impacts positifs et négatifs de la structure sur son territoire
- Les relations avec le territoire (dans Partenaires clefs et Ressources Clefs notamment)
- L'intégration des dimensions Technologiques/Naturelles/Humaines dans les ressources clés







## OUTIL 5 - Méthodologie certification

La certification STRATUS en France se déroule en suivant ces étapes :

### 1) 1er appel téléphonique

Présentation de la démarche

Envoi du cahier des charges par mail

✦ Si l'entreprise est intéressée : RV téléphonique fixé pour le pré-audit (point sur le cahier des charges)

**Objectif : Valoriser les avantages de la certification**

### 2) 2ème appel téléphonique – RV de pré-audit

Durée : 1h

« Mes engagements essentiels » sont discutés point par point (le cahier des charges est utilisé comme un questionnaire). Cela permet de cerner l'entreprise, ce qu'ils font déjà, ce qu'ils veulent mettre en place, leurs besoins.

RV fixé pour l'audit sur le lieu d'activité

⇒ **Prise de note exhaustive de tous ces éléments complémentaires**

⇒ Renseignement de la fiche de suivi (1h)

⇒ Envoi d'un mail de confirmation de la date et de l'heure du RV d'audit, **avec le lien vers les conditions générales**. Il est expressément demandé à l'entrepreneur de consulter le règlement complet avant de s'engager.

**Objectif : vérifier que l'entreprise réalise les engagements obligatoires pour pouvoir aller plus loin lors de l'audit**

### 3) Visite d'audit

Durée : 1/2 journée terrain + 1/2 journée pour la préparation et le bilan

Matériel : cahier des charges vierge, fiche de suivi complétée imprimée, de quoi prendre des notes et **de quoi prendre des photos**

#### Etape 1 : Tour de l'activité

- Grande structure : On commence par une visite exhaustive du site, **photos à l'appui**, un maximum de question doit être posé

- Petite structure (peu d'infrastructures) : On leur demande d'expliquer de A à Z leur procédure d'activité, de l'accueil des clients jusqu'à la fin du service, étape par étape, durée, etc.

**Objectif : Faire le tour de l'activité sur site et prendre conscience des contraintes de**

### site/opérationnelles

**Important :** Etre à l'écoute pour mettre en confiance la personne, s'intéresser à l'activité, poser des questions qui ne soient pas uniquement centrées sur le cahier des charges de la certification, mais qui soient ouvertes sur l'activité elle-même, sur le site, sur le parcours de l'entrepreneur, etc.

### Etape 2 : Renseignement du cahier des charges pour les engagements complémentaires

D'abord on propose ceux notés lors du pré-audit, puis on complète avec les nouvelles actions identifiées lors du tour de l'activité, en les discutant point par point. On inscrit essentiellement des actions déjà faites.

**Objectif :** Valoriser le travail déjà fait

### Etape 3 : Récapitulatif des axes et actions de travail envisagés

Oralement, on revoit avec l'entrepreneur les actions à mettre en place retenues

**Objectif :** Confirmer les besoins en accompagnement et vérifier qu'ils ont bien été identifiés et priorisés

### Etape 4 : Renseignement des informations officielles pour la certification (p5 du cahier des charges)

### Etape 5 : Signature

### Etape 6 : Explication de la suite de la démarche

1. Contresignature par le gérant de la certification (Ecoscience Provence)
2. Envoi de la fiche bilan complétée, avec le plan d'action et les besoins en accompagnement
3. Validation de cette fiche de suivi par l'entrepreneur
4. Envoi du kit de communication
  - Cahier des charges contresigné,
  - Vitrophanie,
  - Certificat,
  - Affichette des engagements,
  - Fiche de communication sur la structure.
5. Accompagnement personnalisé

⇒ Compléter la fiche bilan

**Important :** la remplir de manière exhaustive (mieux vaut en mettre trop que pas assez) car cela constitue un outil intéressant pour la structure

⇒ Envoi par mail de la fiche bilan complète en leur demandant de la compléter au besoin et de la valider.



# CERTIFICATION ENVIRONNEMENTALE

## Pour la durabilité et la compétitivité des territoires littoraux touristiques

---

OUTIL 6  
Cahier des charges

---



France - Italie

Edition 2018 - 2019



**L'équipe STRATUS vous propose une certification de qualité environnementale  
pour les entreprises touristiques.**

Cette certification s'adresse aux entrepreneurs qui souhaitent contribuer au développement économique de leur territoire, tout en préservant leur environnement. Elle propose aux opérateurs touristiques volontaires d'agir en ce sens quotidiennement et progressivement, à la mesure de leurs moyens. Pour cela, ceux-ci s'engagent à mettre en œuvre des actions choisies en concertation et adaptées à leur activité.

En prenant part à cette démarche, les entreprises touristiques contribuent à la promotion et au développement durable de leur territoire.

**Pourquoi cette certification ?**

- Pour **reconnaître et valoriser** les actions réalisées par les entreprises locales en faveur de l'environnement,
- Parce qu'elle est conçue pour **s'adapter** aux moyens humains, techniques et financiers de chaque entreprise,
- Parce qu'elle unit l'image de trois régions ayant une **haute valeur environnementale** (Sardaigne, Ligurie, Var) et sera perçue positivement par les touristes.





## Le règlement en bref\*

### Gestion de la certification

L'association Ecoscience Provence a été désignée comme Gestionnaire de la certification pour le territoire du Var.

### Critères d'éligibilité

- ~ Exercer une activité touristique
- ~ Se situer dans le Var
- ~ Respect par la structure des règles et/ou législations nationales et régionales en vigueur
- ~ Respecter l'ensemble des critères obligatoires
- ~ Choisir au moins une action supplémentaire par thématique
- ~ S'engager dans une démarche d'**amélioration continue en faveur de l'environnement**

### Procédure de certification

La rencontre pour la certification comprend : l'audit des engagements obligatoires, le choix d'actions complémentaires, un diagnostic pour l'accompagnement personnalisé, la signature du cahier des charges.

### Coût de la certification

**Gratuité de la certification** : la certification, les outils de communication, l'animation du réseau et l'appui technique sont gratuits.

La mise en œuvre des actions est à la charge du professionnel.

### Engagements du professionnel certifié

- ~ Respecter le présent cahier des charges
- ~ Ne pas modifier le logo de quelque manière que ce soit.
- ~ Ne communiquer sur la certification que pour la structure audité.
- ~ Informer le gestionnaire de la certification de tout changement relatif au respect du cahier des charges.

### Engagement du Gestionnaire de la certification

- ~ Assurer le processus de certification
- ~ Accompagner les professionnels certifiés pour leur permettre d'améliorer leurs pratiques en faveur de l'environnement
- ~ Respecter l'emploi du temps du professionnel pour les échanges
- ~ Promouvoir la certification
- ~ Communiquer sur les professionnels certifiés

### Respect du cahier des charges

En cas de non respect du présent cahier des charges et/ou du règlement général, le Gestionnaire de la certification se réserve le droit de la suspendre.

### Durée de l'engagement

Le présent cahier des charges engage le professionnel pour une durée de un an.

### Utilisation des données

Les mentions recueillies dans le cadre du projet STRATUS font l'objet d'un traitement informatique destiné à présenter votre structure et vos engagements. Les destinataires des données sont donc les administrateurs de la certification STRATUS, et indirectement, le grand public. Conformément à la loi «informatique et liberté» du 06 janvier 1978 modifiée en 2004, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification aux informations qui vous concernent, que vous pouvez exercer en vous adressant à Ecoscience Provence, Hôtel de ville, 83170 La Celle. Vous pouvez également, pour des motifs légitimes, vous opposer au traitement des données vous concernant.

\*Le règlement complet est consultable en ligne sur le site [www.ecoscienceprovence.com/stratus/](http://www.ecoscienceprovence.com/stratus/)

## Mes engagements essentiels



### Communication, sensibilisation et formation

- ✓ Informer le personnel de l'obtention de la certification, y compris les employés saisonniers, et des actions associées à mettre en œuvre en faveur de l'environnement,
- ✓ Informer les clients de l'obtention de la certification et des engagements pris en faveur de l'environnement par des moyens de communications adaptés à l'activité (ex : notice explicative, panneau, affiche, etc.),
- ✓ Sensibiliser activement la clientèle à la protection de l'environnement, en particulier les touristes (promouvoir les comportements éthiques et durables), dans son discours et au travers de documents d'information adaptés à son activité,
- ✓ Créer des liens : avoir sur la page d'accueil de son site un lien visible qui renvoie vers le site internet du gestionnaire de la certification,



### Protection de la biodiversité et des écosystèmes

- ✓ Augmenter la proportion de produits d'entretien écologiques (garantis par un label) en remplacement de produits chimiques et/ou en utilisant des procédés mécaniques ou des produits naturels par exemple ;
- ✓ **Pesca-tourisme** - Veiller à ce que les produits pêchés durant la sortie en mer soient capturés conformément à la réglementation et au respect de l'environnement ; les produits de substitution devront, le cas échéant, être traçables et respecter les mêmes règles de capture ;
- ✓ **Guide** - S'assurer que l'ensemble des déchets produits durant la sortie ne soient pas laissés sur place et jetés dans un endroit prévu à cet effet ;



### Gestion de l'eau

- ✓ Effectuer un suivi régulier de sa consommation d'eau (tous les 6 mois) ;
- ✓ Mettre en place une procédure pour vérifier régulièrement qu'il n'y a pas de fuite d'eau sur l'ensemble de la tuyauterie ;



### Gestion de l'énergie

- ✓ Effectuer un suivi régulier de sa consommation d'énergie ;
- ✓ Utiliser des lampes basse consommation (LED ou de classe A) ;
- ✓ Nettoyer régulièrement les radiateurs et ne pas les encombrer de meubles et d'objets (si pertinent) ;



### Gestion des déchets

- ✓ Effectuer le tri de l'ensemble de ses déchets recyclables ;
- ✓ Mettre à disposition les consignes de tri pour les clients ;
- ✓ **Activités nautiques** - Utiliser la bonne filière de traitement lors du renouvellement de l'huile ou de la batterie usagée ;
- ✓ **Commerces** - Limiter ou éviter la distribution de sacs à usage unique (papier ou plastique) ;
- ✓ **Commerces** - Limiter le suremballage des produits (par ex. chaque produit dans un papier et le tout dans un autre sac) ;



## Mes engagements complémentaires



### Communication, sensibilisation et formation

- ✓ .....  
.....
- ✓ .....  
.....



### Protection de la biodiversité et des écosystèmes

- ✓ .....  
.....
- ✓ .....  
.....



### Gestion de l'eau

- ✓ .....  
.....
- ✓ .....  
.....



### Gestion de l'énergie

- ✓ .....  
.....
- ✓ .....  
.....



### Gestion des déchets

- ✓ .....  
.....
- ✓ .....  
.....



### Economie locale

- ✓ .....  
.....
- ✓ .....  
.....



### Responsabilité sociale

- ✓ .....  
.....
- ✓ .....  
.....



### Avis du certificateur

Suite à l'audit réalisé dans l'entreprise .....

située à ....., le certificateur émet l'avis suivant :

Date de l'audit	Nom du certificateur	Labellisable / Labellisée	Signature du certificateur

Je soussigné(e) ....., responsable de la structure ....., déclare sur l'honneur connaître et me conformer à la législation et la réglementation, locales et nationales, relatives à mon activité, notamment en matière d'environnement.

Je certifie exactes les informations mentionnées précédemment.

J'accepte et je m'engage à respecter les engagements de la certification et le règlement général.

J'autorise ☐ / n'autorise pas ☐ l'équipe de gestion de la certification STRATUS à utiliser librement et gratuitement mes coordonnées professionnelles, à utiliser mon image (photographie, vidéo, etc.) et ce, exclusivement dans le cadre du programme de certification STRATUS.

Fait à ....., le .....

Signature du représentant légal avec la mention « lu et approuvé » et le tampon du professionnel

Signature et tampon du Gestionnaire de la certification

## Le projet STRATUS

STRATUS est un projet européen en coopération avec l'Italie qui permet de favoriser la compétitivité des entreprises touristiques et leurs capacités liées au développement durable.

Les principales actions :

- ✓ Un diagnostic du territoire
- ✓ Un renforcement des compétences des acteurs du tourisme grâce à des rencontres lors de Salons de l'innovation et des modules de formation
- ✓ La création d'une certification écotouristique commune aux deux territoires et la certification d'acteurs
- ✓ L'élaboration de stratégies territoriales transfrontalières

*STRATUS permet de renforcer la coopération transfrontalière entre les régions désignées et de faire de la zone de coopération un territoire compétitif, durable et inclusif dans le panorama européen et méditerranéen.*

Pour en savoir plus

[interreg-maritime.eu/fr/web/stratus/projet](https://interreg-maritime.eu/fr/web/stratus/projet)





## OUTIL 7 - Fiche suivi individuelle

### 1. Identification de l'entreprise et description de l'activité

Nom de l'entreprise :

Adresse :

Interlocuteur :

Téléphone :

Mail :

Type d'activité :

Descriptif de l'activité :

### 2- Implications précédentes dans les activités du projet STRATUS :

### 3- Processus certification / accompagnement STRATUS

Entretien préparatoire audit réalisé le ..... par téléphone

Audit sur place effectué le .....



**Tableau 1 - Bilan de l'audit : détail des critères obligatoires et complémentaires retenus**

	Critères obligatoire (mes engagements essentiels)	Comment l'entreprise y répond ?	Critères complémentaires
Communication, sensibilisation et formation	Informier le personnel de l'obtention de la certification, y compris les employés saisonniers, et des actions associées à mettre en œuvre en faveur de l'environnement	Exemple <b>Ok</b> ; briefing du personnel au fil de l'eau et de la saison ; les conditions du parc pour plonger sur site étant draconiennes, ils ont une « charte du moniteur de plongée responsable » pour le personnel.	Exemple : Accueille chaque année et forme des stagiaires  L'entreprise est labellisée « Qualité Tourisme » (ils sont largement au-dessus des exigences du référentiel) et elle réalise les démarches pour intégrer la marque du parc naturel (« esprit parc ») et le label « eco sub » de la fédération de plongée.
	Informier les clients de l'obtention de la certification et des engagements pris en faveur de l'environnement par des moyens de communications adaptés à l'activité (ex : notice explicative, panneau, affiche, etc.)		...
	Sensibiliser activement la clientèle à la protection de l'environnement, en particulier les touristes (promouvoir les comportements éthiques et durables), dans son discours et au travers de documents d'information adaptés à son activité		
	Créer des liens : avoir sur la page d'accueil de son site un lien visible qui renvoie vers le site internet du gestionnaire de la certification		
Protection de la biodiversité et	Augmenter la proportion de produits d'entretien écologiques (garantis par un label) en remplacement de produits chimiques et/ou en utilisant des procédés mécaniques ou des produits naturels par exemple	Exemple : <b>Ok</b> ; L'un des associés est très attaché aux produits écologiques, bio et naturels. Ils utilisent déjà en partie des produits écologiques, par exemple un produit de désinfection écologique pour le matériel de plongée : bacterless. Ils en ont changé récemment.	Exemple : Le personnel est sensibilisé au bon dosage du produit de désinfection des combinaisons et du matériel de plongée.

	Pesca-tourisme - Veiller à ce que les produits pêchés durant la sortie en mer soient capturés conformément à la réglementation et au respect de l'environnement ; les produits de substitution devront, le cas échéant, être traçables et respecter les mêmes règles de capture		
	Guide - S'assurer que l'ensemble des déchets produits durant la sortie ne soient pas laissés sur place et jetés dans un endroit prévu à cet effet		
Gestion de l'eau	Effectuer un suivi régulier de sa consommation d'eau (tous les 6 mois)	Exemple : <b>Ok</b> ; Font un suivi de leur consommation d'eau tous les 6 mois. Sont alertés par leur opérateur en cas de consommation inhabituelle.	Exemple : Ont des toilettes équipées de chasses d'eau à trombes (sous haute pression), plus économes.
	Mettre en place une procédure pour vérifier régulièrement qu'il n'y a pas de fuite d'eau sur l'ensemble de la tuyauterie		
Gestion de l'énergie	Effectuer un suivi régulier de sa consommation d'énergie	Exemple : <b>Ok</b> ; Ont un relevé mensuel de leur consommation électrique.	Exemple : Ont des spots extérieurs à détection de présence (notamment sur le parking)
	Utiliser des lampes basse consommation (LED ou de classe A)		
	Nettoyer régulièrement les radiateurs et ne pas les encombrer de meubles et d'objets (si pertinent)		
Gestion des déchets	Effectuer le tri de l'ensemble de ses déchets recyclables	Exemple : <b>Ok</b> ; Ont des poubelles de tri sur place : verre, cannettes alu, bouteilles plastiques, cartons et papiers.	Exemple : Collectent les déchets lors de sorties en mer (notamment lors des sorties cétacés).
	Mettre à disposition les consignes de tri pour les clients		

	Activités nautiques - Utiliser la bonne filière de traitement lors du renouvellement de l'huile ou de la batterie usagée		
	Commerces - Limiter ou éviter la distribution de sacs à usage unique (papier ou plastique)		
	Commerces - Limiter le suremballage des produits (par ex. chaque produit dans un papier et le tout dans un autre sac)		
<b>Economie locale</b>			
<b>Responsabilité sociétale</b>			

	Actions que l'entreprise veut réaliser	Besoins en accompagnement
<b>Communication, sensibilisation et formation</b>	<p>Exemple :</p> <p>C'est très compliqué pour un prestataire de service payant de demander à sa clientèle d'économiser l'eau ou l'énergie, etc. Ça donne une très mauvaise image au client qui pense que la structure ne souhaite que gagner un peu plus d'argent. Ils ont payé, ils en veulent pour leur argent. Ils voudraient utiliser des moyens modernes de sensibilisation : par exemple des « nudges », en collectant des infos sur ce qui se fait ailleurs et qui fonctionne.</p> <p>Ils aimeraient disposer de supports de communication adaptés à leur activité, et innovants/originaux : peut-on envisager une petite vidéo par exemple ? Car les panneaux et affichettes étant en extérieur, ils doivent être traités anti-UV.</p> <p>Travaillent actuellement sur la communication numérique, notamment en matière de e-réputation : est-ce qu'on peut les appuyer pérenniser le travail qui a été fait ? Notamment la formation du personnel pour qu'il y ait une continuité dans la démarche au sein de l'entreprise</p>	<p>Leur fournir le kit de communication Stratus + la vidéo (teaser et film)</p> <p>Ils veulent surtout un accompagnement sur les outils, supports et moyens de communication et de sensibilisation à l'environnement. En particulier en leur fournissant des outils et supports pédagogiques originaux et incitatifs de type « nudges ».</p> <p><a href="https://www.terraeco.net/Les-nudges-ces-coups-de-pouce-qui,16248.html">https://www.terraeco.net/Les-nudges-ces-coups-de-pouce-qui,16248.html</a></p> <p>Les mettre en contact avec ..... qui fait de la recherche-développement autour des nudges, ainsi qu'avec ..... qui travaille également sur des approches innovantes et non culpabilisantes en matière de pédagogie environnementale.</p> <p>Leur proposer de participer aux prochains ateliers collectifs à l'automne qui ont pour but la formation pratique des entrepreneurs aux outils numériques et au webmarketing.</p>
<b>Protection de la biodiversité et des écosystèmes</b>		
<b>Gestion de l'eau</b>		

<b>Gestion de l'énergie</b>		
<b>Gestion des déchets</b>		
<b>Economie locale</b>		
<b>Responsabilité sociétale</b>		
<b>Autres</b>		



## Attestation de certification STRATUS

Notre entreprise s'engage pour le développement durable du territoire

L'entreprise .....a obtenu la certification de qualité environnementale STRATUS, le....., suite à l'audit réalisé par  
*Ecoscience Provence* au siège de l'entreprise.

N° de certificat :

Fait à ..... le .....

Signature et cachet de l'organisme certificateur

## Notre entreprise **s'engage** pour un **tourisme écoresponsable**



Je communique, sensibilise et forme mon équipe et mes clients à la protection de l'environnement



J'agis pour la protection de la biodiversité et des écosystèmes



Je réalise des économies d'eau



Je réalise des économies d'énergie



Je réduis et je trie mes déchets



Je soutiens l'économie locale



Je donne une dimension sociale à mon activité

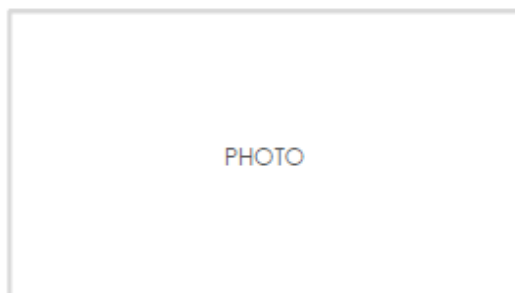


... pour un développement **durable** du territoire

[ecoscienceprovence.com/stratus](http://ecoscienceprovence.com/stratus)



## Nom de l'entreprise



### Les actions que je réalise déjà



Communication, sensibilisation et formation



Protection de la biodiversité et des écosystèmes



Gestion de l'eau



Gestion de l'énergie



Gestion des déchets



Economie locale



Responsabilité sociétale



La certification  
**STRATUS**  
en bref

- Certification des pratiques en faveur de l'environnement
- Contribution au développement durable du territoire
- Démarche
  - ✓ Volontaire
  - ✓ Progressive
  - ✓ Personnalisée

### POURQUOI ?

- Reconnaître et valoriser les actions réalisées
- Soutenir l'évolution des pratiques vers plus de durabilité
- Développer une culture du tourisme durable en Méditerranée

### POUR QUI ?

- Toutes les activités touristiques (hébergement, restauration, loisir, culture, ...)

### COMMENT ?

- En faisant le point sur les actions déjà réalisées. *On fait tous des petits gestes au quotidien et souvent, on ne les met pas en valeur !*
- En choisissant de nouvelles actions à réaliser
- En étant accompagné par l'équipe STRATUS pour progresser

La certification a été créée dans le cadre de STRATUS, programme de coopération entre la France et l'Italie. Vous pouvez retrouver des entreprises certifiées en Ligurie et en Sardaigne !

**Avec la certification STRATUS, je vais plus loin,  
je m'engage à :**

-  **Communication, sensibilisation et formation** ✓
-  **Protection de la biodiversité et des écosystèmes** ✓
-  **Gestion de l'eau** ✓
-  **Gestion de l'énergie** ✓
-  **Gestion des déchets** ✓
-  **Economie locale** ✓
-  **Responsabilité sociétale** ✓



**Le projet  
STRATUS  
en bref**

Projet de coopération européenne  
entre la France et l'Italie

**Objectif :** Développer le tourisme  
durable

**Actions :**

- ✓ Création d'une certification de  
qualité environnementale
- ✓ Formation des professionnels du  
tourisme
- ✓ Organisation de foires de  
l'innovation
- ✓ Elaboration d'une stratégie  
transfrontalière pour le tourisme  
durable



**Les plus de la certification STRATUS**

Volontaire

Encouragement

Chacun à sa mesure

Amélioration continue

Accompagnement « à la carte »

Valorisation

Réseau

Echange de pratiques



## **OUTIL 9 - Note Méthodologique pour l'animation des Ateliers de réflexion collective**

L'objectif de ces ateliers est de favoriser un travail collaboratif en petits groupes autour d'une problématique commune, pour aboutir à des pistes d'action et des réponses concrètes. La session est partagée en deux temps : d'abord un temps de travail en petits groupes, autour de 2 ou 3 tables thématiques, puis un temps de restitution et de débat avec l'ensemble des participants.

### **1/ Déroulé :**

**Introduction de l'atelier (15 min)** : présentation de la problématique et des objectifs de l'atelier (5 min) , explication des "règles du jeu" (5 min), présentation de la problématique de chaque table thématique (5 minute par table thématique)

**Mise en place** (2 à 5 min) : installation des participants à la table de leur choix - équilibrage des tables si besoin - demande d'autorisation d'enregistrement par l'animatrice ou l'animateur de la table

**Brainstorming collectif (25 à 40 min maximum)** : l'animateur de table introduit la thématique et la problématique, et propose aux participants de répondre aux questions soulevées par des propositions d'actions concrètes. Chaque proposition émise par un participant doit être discutée, débattue avec les autres participants. A charge pour l'animateur de reformuler la proposition après le tour de table et de l'inscrire sur un post-it qu'il place sur une feuille A3. Compter 5 minutes maximum pour chaque proposition, afin d'instaurer un rythme, une forme d'émulation et favoriser la participation de chacun.

**Restitution et mise en commun** (de 40 min à 1 heure environ, en fonction du nombre de tables et de la richesse des échanges) : Retour en plénière de tous les participants. Chaque animateur de table fait une restitution des échanges et propositions concernant sa thématique (5 à 10 min pour chaque table thématique). Temps de discussions et débats en complément autour des restitutions d'ateliers (20 à 30 min suivant la richesse des échanges) - conclusion et annonce de la suite qui sera donnée à ce travail (5 min)

### **2/ Préparation de l'atelier :**

**Choix des tables thématiques** : Le nombre de tables thématiques et les problématiques à traiter dépend bien évidemment du sujet de l'atelier. Cependant, il vaut mieux éviter un trop grand nombre de tables pour plusieurs raisons :

- la délimitation entre les différentes thématiques risque d'être trop ténue et peu claire ;
- risque de dispersion des idées et d'aboutir à un catalogue d'idées et de propositions sans articulation logique entre elles ;
- le temps de restitution et de mise en commun risque d'être trop long et trop dense ; on risque de perdre le côté dynamique et très concret qui plaît souvent aux participants.

Pour éviter cela, **un travail sérieux de préparation doit être réalisé en amont**, avec l'ensemble des animateurs, afin de choisir et de définir de manière concertée, logique et claire les différentes thématiques. A charge ensuite pour chaque animateur de mettre en problématique la thématique de sa table : autrement dit, il doit préparer une très courte

introduction de la thématique, afin de présenter le contexte, les enjeux concrets et les questions posées par la thématique en question. **Ces questions, formulées de manière simple, explicite et concrète, peuvent servir d'amorce pour la séance de brainstorming.**



### 3/ Quelques conseils et « astuces » pour l'animation :

- **Faire circuler la parole** : l'animateur doit s'assurer qu'il fait bien circuler la parole, et que chaque participant a la possibilité d'intervenir. Il doit tenir compte du fait que certains participants sont plus à l'aise dans ce genre d'exercice de prise de parole que d'autres : il ne doit pas hésiter à interroger un participant qui serait trop en retrait, en faisant valoir la valeur de son point de vue.
- **Reformuler les propositions** : parfois, certaines propositions sont exprimées de manière confuse ou peu claire : l'animateur ne doit pas hésiter à reformuler ce qui est dit par les participants, à plusieurs reprises, jusqu'à ce qu'il y ait un consensus sur la proposition.
- **Neutralité** : l'animateur est un médiateur, c'est à dire à la fois un facilitateur et un arbitre. Il doit conserver une position neutre par rapport aux participants, les aider à prendre position sans les influencer par la sienne propre. Il peut cependant émettre des propositions dans l'éventualité où les échanges sont un peu « mous », afin de stimuler la discussion et la créativité des participants.
- **Arbitrage** : l'animateur doit également pleinement assumer son rôle d'arbitre ; il peut rappeler les règles au besoin, notamment le respect des limites de temps, afin de ne pas s'éterniser sur une proposition et garder un rythme soutenu dans les échanges. Dans l'éventualité où un clivage net apparaît et que la discussion entre deux participants se fait en direct et en « ping-pong », il peut désamorcer la situation en soulignant que chacun doit s'adresser à tous, que la parole doit circuler et/ou que l'écoute est au moins aussi importante que la prise de parole. Il faut éviter de s'adresser alors directement à l'un des deux protagonistes, mais bien montrer qu'on s'adresse à tout le monde (une manière de rappeler sa neutralité) ; il vaut souvent mieux laisser la proposition clivante en suspens et passer à une proposition suivante, en passant la parole par exemple à un autre participant plus en retrait, qui aurait montré qu'il souhaitait prendre la parole pour faire une nouvelle proposition.



## PARTIE III – STRATEGIE TERRITORIALE

# Proposition d'un plan stratégique territorial pour le développement d'un tourisme durable en Région Sud PACA et dans l'Ouest Va

### 5 Introduction

A l'issue de la phase d'expérimentation d'actions dans les territoires pilotes, il s'agissait d'échanger avec l'ensemble des acteurs impliqués au niveau local, afin de discuter des résultats des activités mises en place et de débattre sur les questions identifiées comme stratégiques si l'on veut renforcer la durabilité et la compétitivité des entreprises et territoires touristiques de Méditerranée. Cette phase de construction d'une stratégie territoriale avait comme triple objectifs :

**Objectif 1 :** Faire un bilan synthétique des résultats des activités testées dans le cadre du projet STRATUS dans l'Ouest Var, et capitaliser les résultats, les méthodes, outils et bonnes pratiques pour en favoriser la pérennité et la diffusion au-delà du projet lui-même (parties I et II du présent document)

**Objectif 2 :** Construire un plan d'actions concret pour développer et renforcer le tourisme durable en Région Sud PACA, et faire remonter les besoins et recommandations des entreprises écoresponsables du territoire auprès des décideurs publics.

**Objectif 3 :** Contribuer à la construction d'une stratégie conjointe transfrontalière en matière de renforcement de la compétitivité et de la durabilité du tourisme littoral en Méditerranée. Dans cette partie, nous allons donc restituer les résultats du travail collaboratif qui a été réalisé avec l'ensemble des acteurs impliqués dans les activités du projet STRATUS dans l'Ouest Var, sous la forme d'un plan stratégique et de champs d'actions détaillés. Ce document pourra ainsi servir de base pour la formalisation d'un réseau d'acteurs du tourisme durable en Région Sud PACA, et être remis et défendu officiellement par les animateurs du futur réseau auprès des décideurs publics et notamment du Conseil Régional, afin de contribuer à une adaptation des politiques publiques en faveur du tourisme durable.

### 6 Méthodologie

Le cadre opérationnel pour l'élaboration des plans stratégiques territoriaux a été défini en concertation entre les partenaires italiens et français du projet STRATUS. Il était convenu que soient organisés dans deux des trois territoires pilotes du projet, à Villasimius en Sardaigne et dans l'Ouest Var en Région Sud PACA, un atelier participatif mobilisant l'ensemble des acteurs locaux impliqués tout au long des activités du projet.

Il était convenu que les deux plans stratégiques locaux se concentrent principalement sur les expériences et les besoins des entreprises, tout en s'inscrivant dans une perspective de structuration de l'offre touristique durable à l'échelle du territoire. S'agissant du territoire pilote de l'Ouest Var, les ateliers participatifs pour l'élaboration d'un plan stratégique territorial ont été conduits en deux temps :

#### 6.1 Premier atelier de réflexion collective : comment travailler en réseau ?

##### Tourves, le 15 novembre 2018

Un premier atelier de réflexion collective s'est tenu le 15 Novembre 2018 à Tourves, portant sur les potentialités de formalisation d'un réseau régional d'acteurs du tourisme durable. Des tables de travail en intelligence collective ont été animées par l'équipe technique du projet STRATUS, autour des thématiques suivantes :

• **table 1 : Pourquoi et pour qui créer un réseau d'acteurs du tourisme durable ?** Qui sont les membres et les bénéficiaires d'un tel réseau ? Quelle serait son échelle territoriale d'intervention ? Quels sont les besoins des membres du réseau ?

• **table 2 : Quel serait le rôle, les fonctions et les actions d'un réseau d'acteurs du tourisme durable ?**

Accompagnement technique des entreprises, formations des acteurs, évènements conviviaux, activités de communication et de promotion, lobbying pour adapter les politiques publiques aux besoins des entreprises du secteur.

• **table 3 : Quelle gouvernance pour un tel réseau ?**

Il s'agissait de poser la question de la forme institutionnelle et organisationnelle de la structure d'animation. Quelles ressources et moyens pour animer un tel réseau ? Quels modes d'organisation et de fonctionnement ? Quelle forme institutionnelle ?

Concernant le déroulé, il était proposé aux participants de choisir la table thématique sur laquelle ils avaient envie de travailler. Chaque table disposait d'une trentaine de minutes pour faire un brainstorming sur la thématique proposée, l'objectif étant de proposer des pistes d'actions concrètes. Une séance plénière a ensuite permis à chaque table thématique de restituer les résultats de ses travaux à l'ensemble des participants, qui ont alors pu échanger et discuter tous ensembles les propositions qui ont été faites, et qui sont les suivantes :

- Territoire d'intervention : Bassin touristique tel que pratiqué par le touriste, permettant une complémentarité littoral / arrière pays, sans tenir compte des limites administratives - Membres et bénéficiaires : les entreprises du tourisme durable, telles que les entreprises certifiées STRATUS et SMARTIC<sup>1</sup>, essentiellement des TPE PME, partageant des problématiques communes, un territoire commun et ayant les mêmes interlocuteurs institutionnels

- Partenaires associés : les collectivités et institutions, mais également les associations et organismes de formation, sous forme d'un collège associé à la gouvernance, pour créer au sein du réseau un espace de négociation directe entre les entreprises du tourisme durable et ces structures.

- Besoins des membres : des besoins liés au renforcement de la compétitivité / viabilité des entreprises (se différencier / se démarquer sur le marché de l'offre touristique, développer sa notoriété auprès d'une clientèle ciblée, mutualiser les idées, les marchés et les clients pour être rentables), des besoins liés également à un rôle et engagement sociétal des entreprises (éduquer à l'environnement, mieux se coordonner et faire le lien avec les autres initiatives existantes) et un besoin global de pouvoir être un interlocuteur reconnu par les pouvoirs publics (se faire entendre, négocier, avantage d'être un acteur collectif et non plus juste une TPE isolée).

- Champs d'actions possible du réseau : soutien à la compétitivité des entreprises membres (accès au marché, commercialisation de packages touristiques, mutualisation des compétences, mise en relation des opérateurs), formation, veille et diffusion d'informations, création de liens et networking (au sein du réseau et avec Le projet SMARTIC est un autre projet de coopération France-Italie qui propose également à des entreprises touristiques un dispositif de certification, axé autour de l'identité territoriale, de la culture locale et de la durabilité. l'ensemble de l'écosystème du tourisme durable, échanges de bonnes pratiques et d'expériences avec d'autres territoires), actions de sensibilisation à l'environnement (des touristes mais également des acteurs et habitants des communes et territoires locaux.

- Gouvernance et formalisation du réseau : proposition de portage par une structure existante pour des questions de réalisme économique ; il a été proposé que soit construite une feuille de route et un budget prévisionnel pour ensuite aller négocier avec les instances régionales qui seraient les plus susceptibles d'être des financeurs potentiels. Cette feuille de route devra développer un discours structuré qui soit à la fois stratégique, concret et opérationnel, afin de convaincre les partenaires institutionnels. Les collectivités locales (communes et communautés de communes) devront également être associées.

## 6.2 Atelier participatif pour l'élaboration d'un plan stratégique territorial. Brignoles, 29 novembre 2018

Sur la base des résultats de l'atelier de Tourves, **un second atelier a été organisé le 29 novembre 2018 à Brignoles**. Il avait pour but de poursuivre la réflexion amorcée lors de l'atelier du 15 novembre, et de **structurer les propositions portées par les acteurs du projet STRATUS sous la forme d'un plan stratégique territorial**.

Il s'agissait également de réfléchir comment les actions qui ont été testées grâce à des financements européens peuvent être pérennisées au-delà des deux projets. Des tables de travail en intelligence collective ont été proposées et animées par l'équipe technique, autour des thématiques suivantes :

- **table 1 : améliorer la qualité de l'offre touristique à l'échelle de l'entreprise.**

Lors des différentes activités conduites dans le cadre du projet STRATUS, il est apparu que la rentabilité des TPE et PME touristiques impliquées passe par un renforcement de leur compétitivité ; comme elles ne peuvent pas être compétitives au niveau des prix par rapport à des destinations low-cost où les coûts sont beaucoup plus faibles, elles doivent nécessairement se différencier, se démarquer sur le plan qualitatif, et proposer une valeur ajoutée supplémentaire à leurs services et produits touristiques. Dans cet atelier, nous avons réfléchi aux actions que peuvent réaliser les entreprises pour améliorer la valeur ajoutée de leur offre, à différents niveaux : quelles sont les expériences et bonnes pratiques existantes ? qu'est-ce qu'on peut améliorer encore ? de quelle manière, avec quel soutien ?

- **table 2 : travailler en réseau à l'échelle d'un territoire.**

Il s'agissait de discuter, de préciser et de prioriser les propositions qui avaient été faites lors de l'atelier collectif du 15 novembre, organisé à Tourves, concernant la formalisation d'un réseau régional d'acteurs du tourisme durable.

- **table 3 : adapter les politiques publiques au niveau régional, national et transfrontalier. Quelles recommandations porter à destination des décideurs publics ?**

Il s'agissait de réfléchir aux besoins et aux limites que rencontrent les entreprises du tourisme durable pour pouvoir avancer, et qui devraient être pris en compte par les décideurs publics, qu'il s'agisse des communes et communautés de communes, des départements, des régions, de l'Etat ou encore de l'Europe. Par exemple, le tri et la collecte des déchets s'opèrent au niveau intercommunal, mais le développement et la structuration de filières économiques de traitement des déchets (recyclage, etc.) relèvent plutôt de l'échelon régional. Autre exemple au niveau de l'amélioration des mobilités et du développement de l'inter-modalité : les parkings peuvent être municipaux ou intercommunaux, les transports sont intercommunaux (réseau de bus), départementaux (cars), régionaux (TER), nationaux, etc. Pour cela, nous avons proposé au groupe de travail de réfléchir aux besoins en politiques publiques à trois niveaux : celui de l'entreprise, celui du territoire et celui du réseau.

Concernant le déroulé, la même méthodologie de travail en sousgroupe, puis de restitution et d'échanges en plénière a été utilisée pour ce second atelier participatif. Les résultats des travaux de la journée sont restitués dans le paragraphe suivant, sous la forme d'un tableau synthétisant les axes stratégiques, les champs d'actions et les exemples d'actions qui ont été proposés par les acteurs impliqués dans le projet STRATUS.

## 7 Tableau synthétique : stratégie et champs d'action

AXES ET OBJECTIF STRATEGIQUES	CHAMPS D'ACTIONS	ACTIONS POSSIBLES
<b>AXE 1 : Améliorer la qualité de l'offre de services à l'échelle de l'entreprise.</b> <b>Objectif Stratégique 1 :</b> renforcer sa durabilité environnementale et sa compétitivité sur le marché touristique	<b>Qualifier son offre de services</b>	S'assurer de la <b>satisfaction du client en amont de la prestation</b> , c'est à dire que l'offre et le service touristique qui va lui être proposé correspond bien aux attentes du client.
		<b>La formation du personnel, la montée en compétences, la volonté de s'améliorer.</b> Il est important de se remettre en question pour faire mieux, pour s'améliorer en continu.
		<b>Différencier son activité par la mise en place d'une démarche éco-responsable dans son entreprise</b> (économies d'eau et d'énergies, maîtrise des déchets, économie circulaire, réduction des pollutions, etc.). On remarque que la clientèle est de plus en plus sensible à la démarche environnementale, même si ce n'est pas un critère de choix au départ. La validation par des labels et certifications n'est pas efficace pour attirer de nouvelles clientèles mais plutôt comme outils pour progresser soi-même dans sa démarche.
	<b>Diversifier ses prestations</b>	<b>Utilisation de produits biologiques et éco-certifiés.</b> Cela permet de justifier le prix et atteste de la qualité de la prestation : c'est un gage de qualité.
		<b>Valoriser sa connaissance du territoire :</b> ne pas se contenter de réaliser son activité de son côté mais bien faire bénéficier le client de sa connaissance du territoire.
		<b>Proposer des activités supplémentaires</b> , en fonction de ses connaissances : astronomie, culture locale, balades, etc.
	<b>Améliorer sa promotion et sa communication</b>	<b>Sensibiliser sa clientèle à l'environnement.</b> En tenant compte des spécificités locales et en valorisant sa connaissance des écosystèmes locaux.
		<b>Proposer un programme événementiel et d'animations</b> , que ce soit au sein de la structure ou en informant le client de ce qu'il se passe autour, sur le territoire
		<b>Bien identifier son offre avec les bons mots clés</b> , notamment pour être bien référencé sur Internet. Penser à bien référencer également les services complémentaires qu'on propose.
		<b>Répondre aux commentaires</b> sur les sites où les clients peuvent donner leur avis
		<b>Offrir une réduction ou un service supplémentaire au client qui réserve en direct</b> afin que la commission qui est normalement prélevée par les centrales de réservation soit restituée au client
		<b>Développer la relation directe, le relationnel, l'écoute</b> , pour offrir un service personnalisé au client et mieux faire reconnaître la qualité de votre offre
		<b>Informez des actualités, de ce qu'il se passe dans l'entreprise</b> , via des listes mails ou via Facebook et les autres réseaux sociaux. Au-delà de la simple information, cela permet d'entretenir la relation avec le client, même après son départ
		<b>Utiliser les sites de réservation comme moyen de communication et les sites Internet, blogs et portails qui agrègent les activités touristiques</b> , pas seulement pour la réservation. Certains clients les utilisent comme aide au choix et à la décision d'achat, en consultant et comparant les avis et commentaires. Il est donc important d'être bien référencés et classés sur ces sites.

AXES ET OBJECTIF STRATEGIQUES	CHAMPS D'ACTIONS	ACTIONS POSSIBLES
<b>AXE 2 : Travailler en réseau à l'échelle d'un territoire</b> <b>Objectif Stratégique 2 :</b> renforcer l'efficacité des actions menées par les acteurs du tourisme durable à l'échelle de la destination.	<b>Développement d'une offre touristique intégrée</b> Le littoral est saturé par la fréquentation touristique durant la haute saison et cette approche peut favoriser la circulation des touristes sur un territoire plus large.	<b>Créer des partenariats entre opérateurs touristiques</b> pour proposer des packages complets et diversifier l'offre autour de sa propre activité.
		<b>Favoriser les complémentarités entre le littoral et l'arrière-pays.</b> Cela passe notamment par la proposition d'itinéraires et d'excursions qui répondent aux besoins et souhaits de consommation des différents types de clientèles touristiques, qu'elles soient plutôt nomades ou sédentaires, qu'elles souhaitent rester sur le littoral ou découvrir les points d'intérêts de l'arrière-pays.
	<b>Mise en place de dispositifs communs de marketing touristique</b>	<b>Collecter des informations sur les goûts et attentes de la clientèle étrangère</b> , sur leurs modes et choix de consommation pour mieux adapter l'offre de service des entreprises.
		<b>Renforcer la notoriété des entreprises du réseau auprès d'une clientèle ciblée</b> sensible aux questions environnementales et auprès des médias.
		<b>Favoriser l'accès au marché touristique</b> des entreprises éco-responsables. Promouvoir leur offre sur le marché du tourisme standard, et pas seulement auprès du public sensibilisé, qui ne représente qu'une niche de clients.
		<b>Agréger les propositions touristiques durables du territoire</b> , pour vendre des séjours complets de plusieurs jours aux clients, dans lesquelles toutes les activités seraient comprises (location de van, étapes de visites, restauration, ...)
	<b>Pédagogie et sensibilisation à l'environnement</b>	<b>Mutualiser et partager les idées, les marchés et les clientèles</b> entre les entreprises éco-responsables du territoire.
		<b>Sensibiliser les touristes</b> , pour que ceux-ci respectent les engagements pris par les opérateurs touristiques en faveur de l'environnement.
		<b>Coordonner les initiatives territoriales éco-responsables.</b> Faire des passerelles avec l'existant, faire le lien avec les opérations qui sont déjà mises en œuvre sur le territoire (opérations éco-gestes, événements liés à l'environnement, festivals éco-responsables, etc.).
	<b>Mutualisation de l'Information et Formation</b>	<b>Créer un centre de ressources</b> pour mutualiser les outils et les supports pédagogiques et de sensibilisation à l'environnement.
		<b>Effectuer un travail de veille et de mise en commun des informations sur les innovations techniques environnementales</b> , notamment locales
		<b>Création d'un outil et/ou d'une plateforme de crowdsourcing</b> pour mettre en commun les informations et les actualités régionales susceptibles d'intéresser les acteurs du tourisme durable, y compris sur l'offre de formation existante
		<b>Identifier les besoins des entreprises touristiques en termes d'accompagnement et de formation</b> , pour que les organismes de formation adaptent leurs contenus, voire co-construisent les parcours de montée en compétences avec d'autres organismes de formation complémentaires.

AXES ET OBJECTIF STRATEGIQUES	CHAMPS D'ACTIONS	ACTIONS POSSIBLES
<b>AXE 2 : Travailler en réseau à l'échelle d'un territoire</b> <b>Objectif Stratégique 2 :</b> renforcer l'efficacité des actions menées par les acteurs du tourisme durable à l'échelle de la destination.	<b>Amélioration de l'efficacité des labels et des dispositifs de certification</b>	<p><b>Mieux valoriser les labels avec un dispositif de communication efficace</b>, pour les faire connaître aux clients et mieux communiquer ainsi sur les valeurs qu'ils portent.</p> <p><b>Développer un sigle international distinctif qui soit reconnu par tout le monde</b>. L'objectif serait que les notions de labels qualité, de démarche environnementale, puissent être intégrées aisément par la clientèle, et devenir ainsi une référence quasi automatique, avec une signification partagée par tous : un peu sur le modèle des classements par étoiles dans l'hôtellerie</p> <p><b>Faire évoluer les labels vers des démarches personnalisées d'appui aux entreprises</b>, tenant compte des spécificités de l'entreprise, plutôt qu'une liste de cases à cocher.</p>
	<b>Création d'un réseau d'acteurs du tourisme durable</b>	<p><b>Identifier les membres et bénéficiaires potentiels</b>. Opérateurs du tourisme proposant une offre de service touristique classique mais qui intègrent dans leurs pratiques des actions en faveur de l'environnement, qu'ils soient certifiés et/ou engagés dans une démarche éco-responsable (tri des déchets, économie d'eau, sensibilisation des clients, ...) et opérateurs proposant une offre spécifique de services environnementaux (éco-habitat, visite naturaliste, pédagogie de l'environnement, etc.)</p> <p><b>Réaliser un panorama des initiatives existantes</b> en Région Sud PACA, pour identifier les synergies possibles et les partenaires à associer, et proposer ainsi la constitution d'un réseau commun</p> <p><b>Identifier la ou les structures porteuses et les membres fondateurs</b>.</p> <p><b>Intégrer des acteurs qui ont en commun des problématiques, un territoire et des interlocuteurs institutionnels</b>, pour mutualiser les besoins et les demandes et les porter collectivement.</p> <p><b>Etablir une feuille de route pour la constitution du réseau</b>. Elaborer un prévisionnel d'activité en fonction des priorités identifiées par les membres potentiels, proposer un schéma organisationnel et de gouvernance et un budget prévisionnel</p> <p><b>Rechercher des financements</b> auprès des partenaires institutionnels et associatifs locaux et régionaux.</p>

AXES ET OBJECTIF STRATEGIQUES	CHAMPS D'ACTIONS	ACTIONS POSSIBLES
<b>AXE 3 : Adapter les politiques publiques</b> <b>Objectif stratégique 3 :</b> mettre en cohérence les actions des entreprises éco-responsables et l'action des collectivités à l'échelle du territoire pour construire une destination durable et compétitive.	<b>Promotion et communication</b>	<p><b>Construire un système d'information touristique dédié au tourisme durable</b>. Ce pourrait être une carte qui présente à la fois les structures et activités touristiques du territoire impliquées dans des démarches de tourisme durable, mais également les informations concernant le tri des déchets, etc.</p> <p><b>Développer la signalétique sur la route</b>. Les activités touristiques et environnementales pourraient être mieux signalées et identifiables aisément depuis la route</p> <p><b>Elaborer et proposer plus de documentation et d'information en langues étrangères</b>, y compris sur les sites internet institutionnels.</p>
	<b>Propreté</b> L'un des freins majeurs au développement d'une image de « destination durable ou éco-responsable » pour le territoire de l'Ouest Var est lié à un défaut de propreté des espaces publics, en particulier concernant les bords de routes et les chemins.	<p><b>Organiser le nettoyage systématique des espaces publics</b> (bords de routes, de chemins, de rivières, plages, anciennes décharges sauvages, etc.).</p> <p><b>Soutenir les opérations de nettoyage organisées par des associations ou des entreprises</b>. Ces opérations sont en effet très efficaces et doivent être encouragées. Cela peut passer par un soutien technique, logistique, financier ou en matière de communication.</p>
	<b>Gestion et tri des déchets</b> Il y a un gros potentiel d'amélioration de la gestion et du tri des déchets sur le territoire. Constat est fait d'un décalage entre le montant de la redevance au niveau local qui augmente, et de l'efficacité du tri des déchets qui ne progresse pas. Cela pose également la question du circuit de traitement des déchets.	<p><b>Développer les filières de tri, de traitement et de recyclage</b> au niveau local et régional</p> <p><b>Développer une véritable politique systématique de sensibilisation et de pédagogie du tri auprès des autres opérateurs, des habitants et des visiteurs</b> : si les entreprises éco-responsables améliorent leurs pratiques, cela n'aura de véritable effet sur l'image de la destination que si tout le monde s'investit là dessus.</p> <p><b>Soutenir les bonnes pratiques en matière de consigne et d'économie circulaire</b></p>
	<b>Transports et inter modalité</b> C'est l'une des problématiques majeures du territoire : certaines des entreprises touristiques éco-responsables veulent proposer des services de mobilité douce à disposition de leur clientèle, mais encore faudrait-il que celle-ci puisse accéder à leur destination au préalable sans utiliser leur propre voiture !	<p><b>Développement des mobilités douces</b>, et notamment du linéaire de pistes cyclables</p> <p><b>Favoriser l'inter modalité dans les transports</b>, via la <b>coordination des niveaux de gouvernances</b> qui ont pour compétences les transports (Régions, agglomérations, départements).</p> <p><b>Encourager et soutenir l'innovation technique</b> et organisationnelle en matière de transports, pour pallier notamment à la difficulté de changer les mentalités et les usages en matière de transport.</p> <p><b>Mise en œuvre du service de covoiturage « Atchoum » dans les collectivités de l'Ouest-Var et de la Région Sud PACA</b>. Il s'agit d'un dispositif de covoiturage solidaire en milieu rural.</p>
	<b>Formation</b>	<p><b>Proposer des référentiels de formation « territorialisés »</b> dans les établissements d'enseignement professionnel. Autrement dit des formations adaptées aux besoins spécifiques du bassin professionnel et d'emploi local. On pourrait ainsi développer des filières professionnelles en alternance, avec un tronc commun régional et un volet de compétences spécifiques locales, co-définies en lien étroit avec les professionnels du territoire.</p>



## 8 Conclusions et Perspectives : vers la création d'un réseau d'acteurs du tourisme durable ?

Dès la phase diagnostique, il était apparu que les entreprises touristiques de l'Ouest Var étaient peu réceptives à la création d'un nouveau label de tourisme éco-responsable. Cela a été confirmé par la difficulté à mobiliser et insérer les entreprises du territoire dans la démarche qualité environnementale STRATUS. C'est la raison pour laquelle, du côté français, la certification STRATUS a été pensée et mise en oeuvre comme une démarche d'accompagnement et de soutien technique aux entreprises plus que comme un label au sens strict, avec un référentiel à valider.

L'approche STRATUS côté français consistait plutôt à identifier les entrepreneurs déjà fortement sensibilisés aux questions environnementales et qui se sentaient parfois isolés dans leur démarche. Le dispositif d'accompagnement personnalisé leur permettait ainsi de faire le point sur les actions déjà mise en oeuvre, de réfléchir aux actions qu'ils souhaiteraient développer et de bénéficier d'un appui technique pour pouvoir les réaliser.

Un autre attente forte des acteurs touristiques du territoire qui a été exprimée à de nombreuses reprises lors de la phase diagnostique résidait dans la création d'espaces de coopération entre les institutions, les collectivités, les associations et les opérateurs du tourisme durable et de l'environnement. Les démarches déjà conduites en ce sens par les structures publiques et institutionnelles avaient parfois des difficultés à mobiliser largement et systématiquement les entreprises locales. Il s'est avéré que l'un des résultats très positifs des activités conduites dans le cadre du projet STRATUS a été d'ouvrir de tels espaces d'interconnaissance, d'échanges et de mise en réseau sur le territoire.

En effet, nous avons pu voir émerger un sentiment d'appartenance à une même communauté d'entreprises éco-responsables entre les opérateurs qui se sont engagées dans la démarche de qualité environnementale STRATUS. Cette communauté s'est ensuite élargie aux entreprises labellisées dans le cadre du projet SMARTIC, lorsqu'une coopération systématique a été mise en oeuvre par les partenaires français des deux projets de coopération européens.

Enfin, l'organisation régulière d'ateliers collectifs de formation et de travail en intelligence collective a permis de construire et de structurer petit à petit de véritables espaces et moments d'interaction et de coopération entre cette communauté d'opérateurs touristiques éco-responsables, avec d'autres acteurs du territoire, et notamment des institutions, collectivités et associations oeuvrant dans les domaines du tourisme, de l'environnement et de la formation professionnelle.

Cependant, si on veut asseoir la crédibilité et l'efficacité de la démarche STRATUS dans le temps, et capitaliser ces résultats positifs, il est fondamental de ne pas « suspendre » les activités qui ont été amorcées, tant en matière d'accompagnement personnalisé que d'animation d'un collectif d'entrepreneurs et d'acteurs engagés dans le développement et la promotion d'un tourisme durable.

Pour cela, il a été convenu entre les partenaires français du projet STRATUS, les opérateurs touristiques engagés dans la démarche STRATUS et les institutions et associations partenaires du territoire de l'Ouest Var que tout serait mis en oeuvre pour constituer un réseau formel d'acteurs du tourisme durable à l'échelle du territoire et/ou de la Région Sud PACA. Ce réseau aura pour fonctions de poursuivre l'animation de la communauté des opérateurs touristiques éco-responsables, au-delà du projet STRATUS, de mettre en oeuvre le présent Plan stratégique, et de le porter auprès des collectivités territoriales et des institutions régionales pour qu'il puisse être pris en compte dans la définition des politiques publiques en matière de tourisme durable.