

Betterfly Tourism

Cabinet de conseils

Editeur de logiciel

Organisme de formations



Prospective autour du tourisme
responsable

Faisons connaissance

Betterfly Tourism



Nos 3 objectifs depuis 2011



Engager les professionnels du tourisme dans la réduction de leurs impacts environnementaux



Conjuguer économies et développement durable



Valoriser l'engagement des professionnels auprès du grand public



Hubert Vendeville

h.vendeville@betterfly-tourism.com

Fondateur et président de l'entreprise

Consultant tourisme durable, Expert reconnu sur le plan national et international

3 logiciels

Winggy®, Edgar®,
Passeport Vert

5 métiers

Hôtellerie, restauration,
bien-être, campings et
territoires

+1000 clients

En France,
et à l'international

+10 000

personnes
formées



Et vous ?



Programme de nos échanges

Partie 1 : pourquoi s'engager maintenant ?

Partie 2 : comment s'engager ?

Partie 3 : comment communiquer et valoriser son engagement ?

Conclusion





Les grandes raisons qui nous poussent à changer

Raison n°2 : avoir un avantage



Avantage technique, innovation



Avantage marché



Des bénéfices pour le territoire (attractivité, emploi, conditions de vie...)

Une image différente (attractivité des équipes, fidélisation...)

Les grandes raisons qui nous poussent à changer

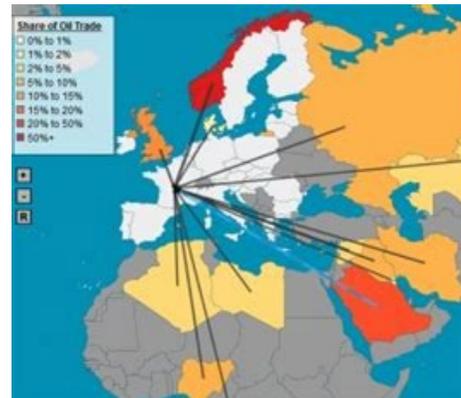
Raison n°3 : s'adapter à son environnement



S'adapter aux contextes réglementaire



S'adapter aux changements liés à l'environnement



Evolution stratégiques du secteur, des fournisseurs,...



Pourquoi c'est le moment de changer ?

Subventions : 70% de financement sur l'Ecolabel Européen ou l'affichage environnemental + aide sur les investissements associés



Recrutement et RSE : en 2022, la RSE devenu un critère de choix principal pour les étudiants des écoles hôtelières

Investissement responsable : M Capital : un engagement RSE pour un taux bonifié
Extendam : pour chaque nouvel investissement hôtelier: programme RSE de 5 ans.



Réglementation : Suppression des bouteilles en plastiques gratuites, décret tertiaire, obligation de l'affichage environnemental d'ici 2026, obligation de collecte des biodéchets à 2024...

Tourisme d'affaires et grands évènements : la compétition pour les destinations les plus responsables



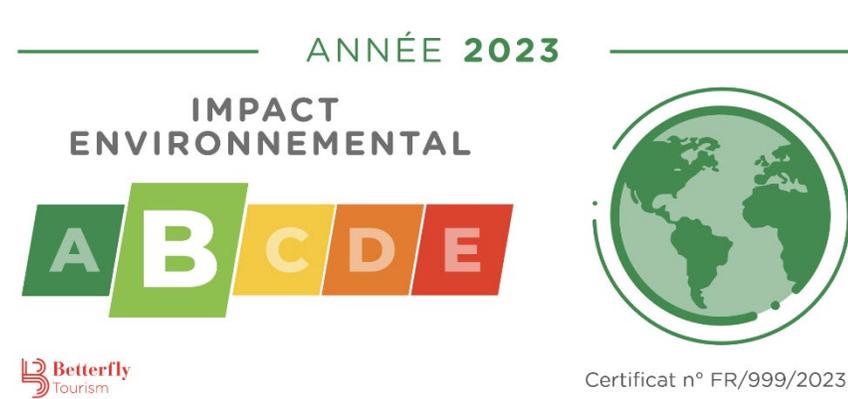
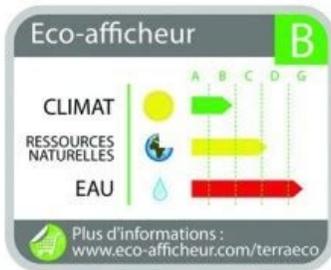
La loi Climat et Résilience



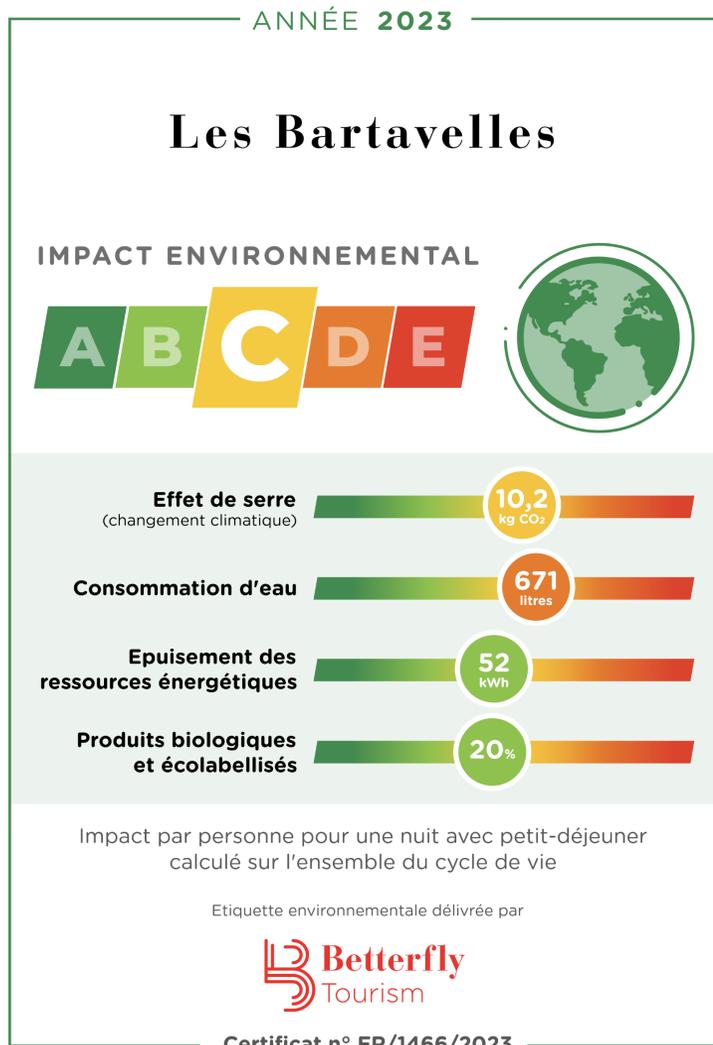
24 août 2021

Impact de la Loi Climat et Résilience sur le secteur

Création d'une « étiquette environnementale » pour afficher l'impact de nos produits



L'affichage environnemental, plus qu'une communication pour les entreprises ?



Amélioration continue
Gestion des plans d'actions
Analyse des coûts d'exploitation vs gains écologiques

L'affichage environnemental outil de finance responsable ?

bpifrance

M-CAPITAL

EXTENDAM
CAPITAL PARTNERS IN HOSPITALITY

Mesures déjà engagées autour de l'affichage environnemental :

- ✓ Eco-conditionnalité
- ✓ Obligation de reporting ESG
- ✓ Taux bonifiés



Certificat n° FR/999/2023

L'affichage environnemental, vers un compte carbone personnalisé ?



Plus on consomme, plus on paie de taxe carbone ?

Quota alloué à l'année ?

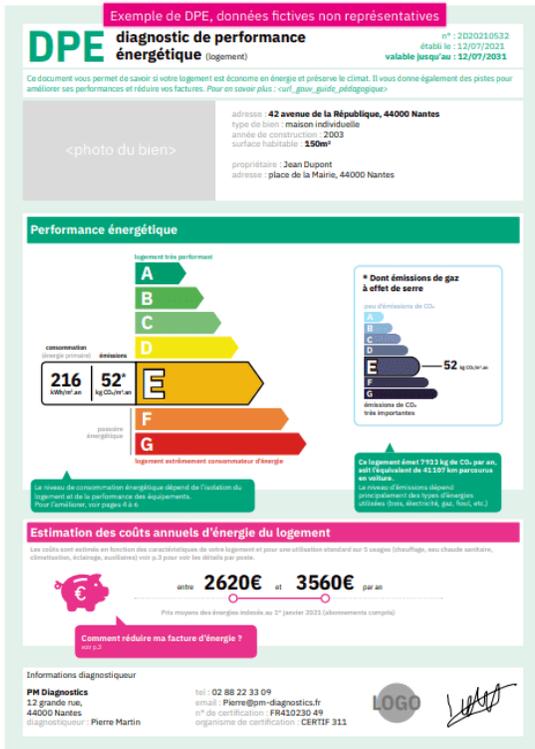
Inclus : la compensation carbone

Implique : la mesure des émissions de CO2

Certains services comme l'avion, la croisières deviennent extrêmement chers ou limités ?

Loi Climat et Résilience : Des bâtiments plus performants

Des réglementations thermiques et énergétiques qui se durcissent...



DPE bientôt obligatoire pour certains meublés de tourisme ?

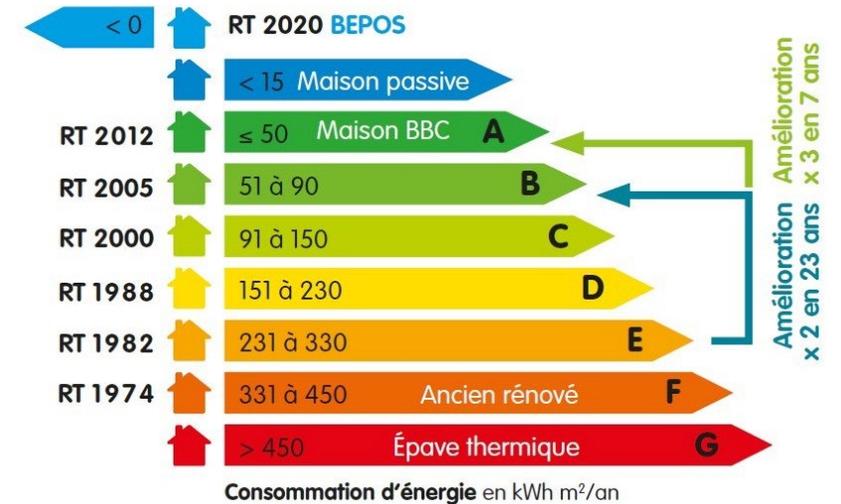


Décret BACS



Décret tertiaire

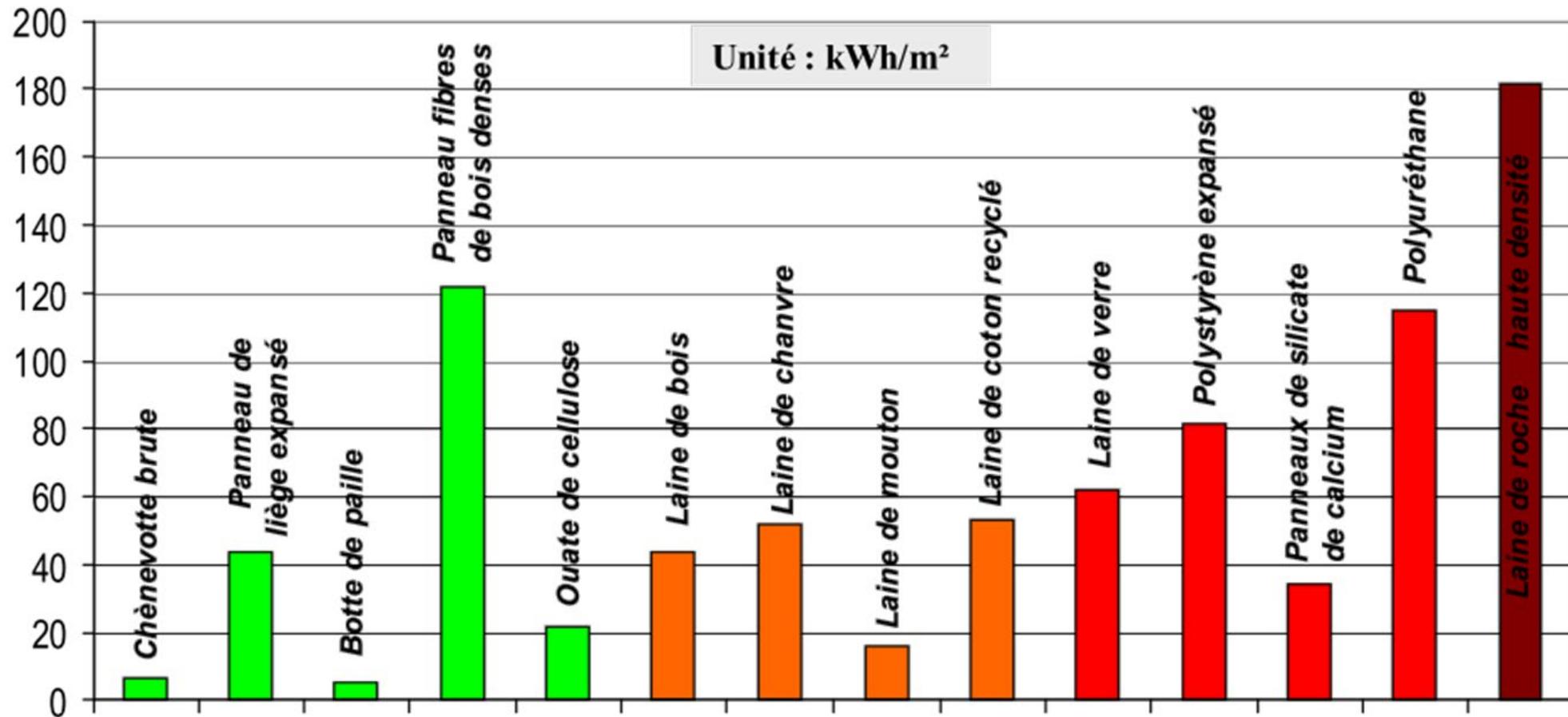
Les réglementations thermiques



RE 2020 :

Objectif: Bâtiment à Energie Positive, matériaux biosourcés, énergie grise comptabilisée

Prospective matériaux et performance énergétique



Le retour en grâce des matériaux biosourcés pour les bâtiments touristiques ?

Source : ecologiconseil.fr

Vers le Zéro Artificialisation Nette

Sera-t-il possible de porter de nouveaux projets touristiques autres que de la rénovation ou reconversion de friches ?



Europacity
Abandon en novembre 2020



Contestation à Bretignolles sur mer (Vendée) et Saint-Père en Retz (Surf Park) : abandon des projets en 2021



Center Parcs de Roybon
Abandon en 2020

Vers une nouvelle manière de se déplacer ?

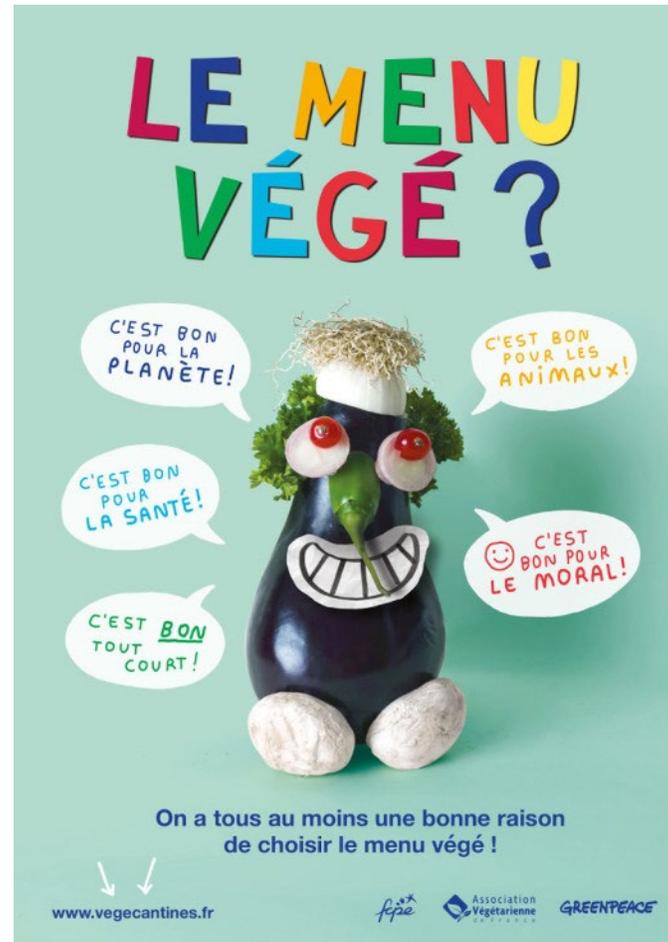


Flygskam

Allons nous arrêter
de prendre l'avion?



Vers une nouvelle manière de manger ?



Sera-t-il encore possible d'avoir des produits jetables ?



Positionnement des grands acteurs

Filtrer par :

Vos précédents filtres

- 2 étoiles 3
- Hôtel 32
- 4 étoiles 16

Votre budget (par nuit)

Indiquer un budget personnalisé

- € 0 - € 50 2
- € 50 - € 100 26
- € 100 - € 150 41
- € 150 - € 200 56
- € 200 et + 53

Filtres populaires

- Fabuleux : 9+ 24
D'après les commentaires clients
- 4 étoiles 16
- Spa et centre de bien-être 13
- Petit-déjeuner compris 30
- Hôtel 32
- Petit-déjeuner et dîner compris 3
- Spa et centre de bien-être 13
- Parking 88

Santé et sécurité

- Établissements ayant pris des mesures relatives à la santé et à la sécurité 95

Durabilité

- Établissements Voyage Durable 97

L'Elysée Val d'Europe ★★★★★
Serris [Indiquer sur la carte](#)
Niveau 1 Voyage Durable
Fabuleux 9,0
4 153 expériences vécues
Situation géographique 9,5
2 nuits, 2 adultes
€ 362
Taxes et frais compris
[Voir les disponibilités](#)

Radisson Blu Hotel Paris, Marne-la-Vallée ★★★★★
Magny-le-Hongre [Indiquer sur la carte](#)
Durabilité certifiée par un organisme indépendant
Chambre Standard avec Accès -
Types de lits : 1 lit double



Pertinent	100%
Exact	50%
Non trompeur	33%
Vérifiable	0%

Abandon de Booking.com !
Suite à la directive Green Claims
→ Refonte du système en cours

Un an après son lancement, 100 hébergements dans le monde bénéficient aujourd'hui du badge.
A Paris, sur 1500 établissements, 100 ont obtenu le badge Booking

A venir Booking.com a annoncé un partenariat avec une startup Choose qui va mesurer l'impact carbone des hôtels

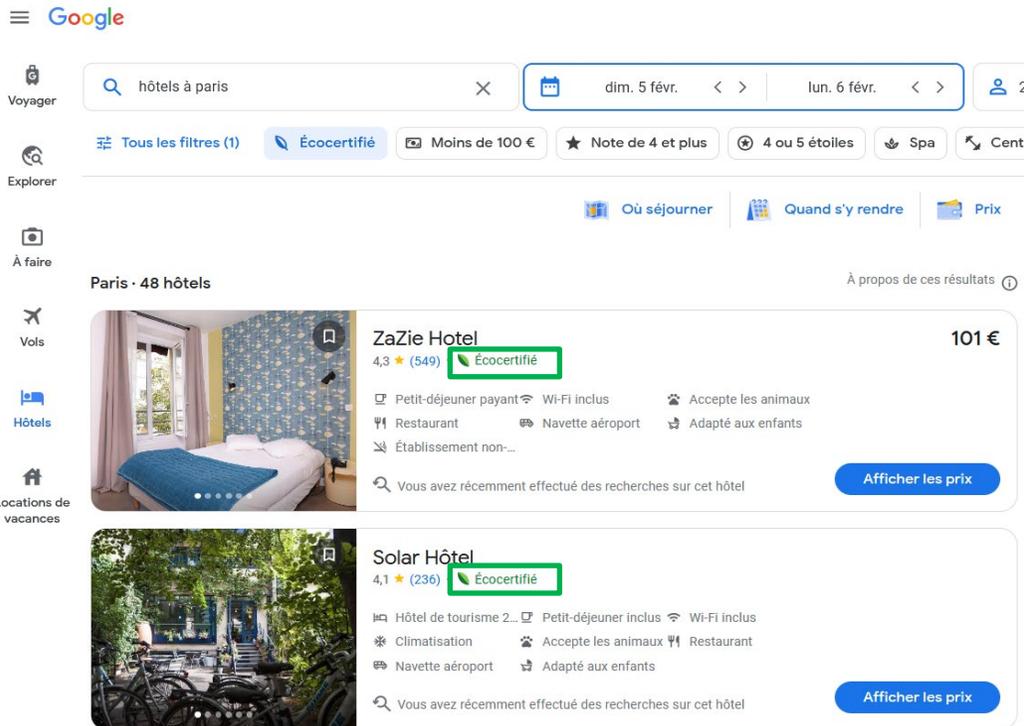
<https://www.tendancehotellerie.fr/articles-brevs/communique-de-presse/18488-article/booking-com-premier-anniversaire-du-badge-etablissement-voyage-durable-et-lancement-d-une-nouvelle-fonctionnalite>

Positionnement des grands acteurs

Pour être reconnu 'éco-certifié' par google :



Pertinent	100%
Exact	100%
Non trompeur	100%
Vérifiable	80%



1. L'organisme doit s'appuyer sur des **critères reconnus et réputés à l'échelle mondiale** pour évaluer l'hôtel (=reconnaissance GSTC et donc validés par un tiers externe).

2. L'évaluation doit se concentrer sur l'impact environnemental de ces quatre catégories au minimum (=Pertinence des enjeux):

- ✓ Efficacité énergétique
- ✓ Conservation de l'eau
- ✓ Réduction du gaspillage
- ✓ Approvisionnement durable

3. L'organisme doit mener un audit sur site ou faire appel à un auditeur tiers indépendant pour valider les pratiques en termes de développement durable de l'hôtel (parmi lesquelles Breeam, clé verte)

Google ne vérifie pas les déclarations liées aux labels, mais un label est facile à vérifier (présence sur le site web de l'hôtel ou sur demande).

Nouvelles plateformes développant leurs propres methodologies



<https://www.wegogreenr.com>



<https://www.greengo.voyage>



<https://ecobnb.fr>



<https://www.fairmoove.fr/>

Notoriété plutôt faible des plateformes, nouveaux acteurs ;

Des méthodologies souvent développées en interne, sans contrôle ou vérification de l'information des prestataires ;

Certains sites proposent d'accompagner leurs clients dans leurs plans d'action ;

Business model incertain face aux gros acteurs du secteur (faillites récentes) ;

Une partie de ces nouveaux acteurs se positionnent sur le voyage d'affaires, le MICE.

Evolution probable dans les prochaines années

Affichage des émissions de CO2 comme information systématique

Nombreux partenariats entre sites de réservation en ligne et startup carbone ou association
(Pour le moment, calculs non sollicités par les hôtels, et ne respectant par une approche cycle de vie)

- staygreencheck rate
- Greenest choice
 - Almost perfect
 - On a roll
 - Pretty nice
 - No green label



Enjoy Hostel
5 Rue Des Plantes, Paris

[view this accommodation](#)

1.3 kg CO₂

6.8 3967 reviews

€ 75,26

<https://www.bookdifferent.com/>

+ déploiement de l'affichage environnemental sur les OTA

Une fois l'affichage environnemental devenu une obligation en France et une norme européenne, il est fortement probable que cette information écrasera les démarches volontaires sur l'environnement et sur le carbone



+ intégration RSE dans les centrales de réservation professionnelles

Tout faire pour préserver la planète

Réduire les émissions de CO2 grâce aux utilisateurs

Aller : Paris - Marseille [Modifier la recherche](#)

Plus écologique	Plus rapide	Moins cher
1,6 kgCO ₂	3h58	25,00€
226,0 kgCO ₂	4h18	123,91€

<https://thetreep.com>

RATEGREEN

Entreprise à Mission

FAIRE DE LA RSE UN OUTIL NORMATIF ET VERTUEUX

DANS LE TOURISME ET LES DEPLACEMENTS PROFESSIONNELS

UNE NOTATION RSE NEUTRE ET STANDARDISEE

<https://rategreen.fr/notre-solution/>

<https://fr.fairjungle.com/>

Tendance de consommation grand public

Point de départ commun à toutes les études : **les voyageurs déclarent (vouloir) voyager plus responsable.**

Constat amplifié par la pandémie, exemple des études de Booking.com ou maeva.com.

Mais l'acte d'achat responsable n'est pas réellement constaté.

Paris, 24 Avril 2018

[Tweet](#)

87 % des voyageurs internationaux déclarent souhaiter voyager en limitant leur impact sur l'environnement, selon une étude Booking.com

Paris, 17 Avril 2019

Ecotourisme : 76% des Français souhaitent que des solutions durables soient mises en place rapidement, selon une étude Booking.com

Toujours d'après une étude Booking.com de 2021 :

- ✓ **66%** des voyageurs français ont déclaré **ne pas avoir séjourné** dans un établissement durable l'année dernière
- ✓ **28 %** ont avoué **ne pas savoir que ce type d'établissements existait**,
- ✓ **34 %** ont déclaré **ne pas avoir trouvé d'hébergement durable dans leur destination**
- ✓ et **23 % ont affirmé ne pas savoir comment** trouver ce type d'options.

54 % des voyageurs envisagent de nouvelles alternatives pour limiter l'impact environnemental de leurs vacances :

- ✓ **33 % d'entre eux évoquent la possibilité de partir moins loin** pour ainsi réduire les émissions carbone liées à leurs déplacements,
- ✓ **19 % indiquent un mode de transport moins polluant** pour se rendre sur leur lieu de vacances et
- ✓ **15 % mentionnent un hébergement éco-responsable.**

72 % envisagent de mettre en place des stratégies individuelles d'adaptation, par exemple :

choisir une destination où il ne fait habituellement pas trop chaud comme la montagne (37 %) ou encore privilégier des vacances près d'un point d'eau (26 %)



<https://news.booking.com/87--des-voyageurs-internationaux-declarent-souhaiter-voyager-en-limitant-leur-impact-sur-lenvironnement-selon-une-etude-bookingcom/>

<https://news.booking.com/fr/ecotourisme--76-des-francais-souhaitent-que-des-solutions-durables-soient-mises-en-place-rapidement-selon-une-etude-bookingcom/>



https://www.tendancehotellerie.fr/articles-brevs/communique-de-presse/18282-article/etude-maeva-bva-suite-aux-evenements-climatiques-40-des-francais-declarent-vouloir-changer-leurs-projets-de-vacances-pour-2023?goal=0_5fb7a49a4c-ce0ae391d6-110513299&mc_cid=ce0ae391d6&mc_eid=b8a0ccf26e

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

LES PRATIQUES RESPONSABLES DANS LES CHR

Les consommateurs sous-estiment l'engagement des patrons d'établissements !

Pour la 1ère année, C10, n°1 de la distribution de boissons en CHR (café, hôtellerie, restauration), lance son baromètre annuel autour du développement durable au sein de ce secteur. Une étude miroir qui se penche tant sur la perception des Français d'une consommation responsable dans ces lieux que sur la façon dont ces propriétaires déclarent s'engager.

ENTRE RÉALITÉ & PERCEPTION, UNE VRAIE DISSONANCE !

Aujourd'hui **plus d'un tiers des Français fréquente au moins une fois par mois un bar, un café ou un restaurant**. Si aujourd'hui, ces consommateurs appliquent de plus en plus chez eux les bons gestes pour le respect de l'environnement, qu'en est-il de leur façon d'envisager leur **consommation en dehors de leur domicile ?**

Bons élèves, **76% des 18-34 ans et 80% des 50-64 ans** déclarent trier les déchets au travail, dans la rue.

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

Divergence de perception



« 84% des professionnels affirment réaliser des efforts suffisants »

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

Des attentes fortes des clients sur l'engagement

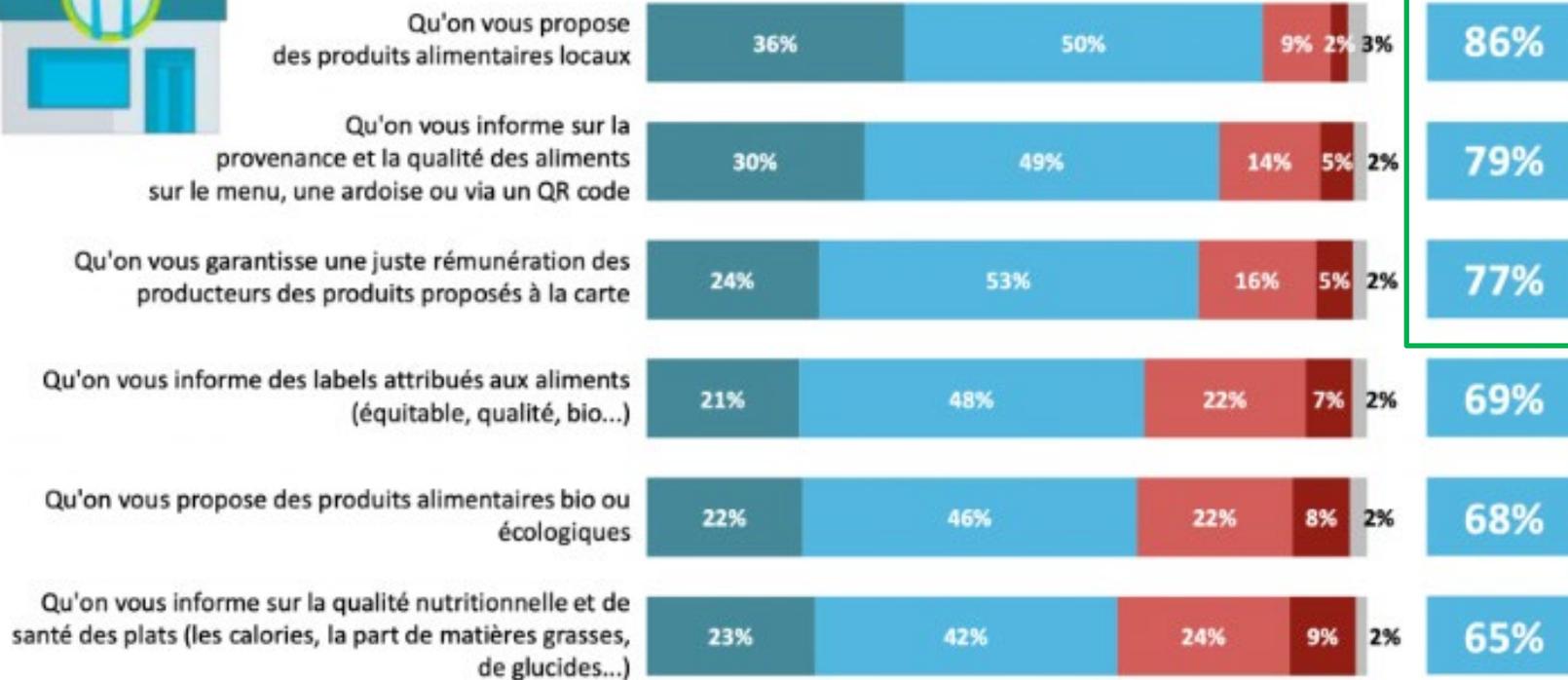
« **54% des clients réclament un label** (contre 16% pour les professionnels) et **53%** aimeraient repérer l'information sur la vitrine à l'extérieur. »

Un consentement à payer très important !



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

Ce que comprend le client par 'responsable' dans la restauration : des produits locaux en priorité



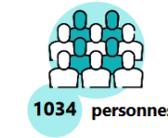
Produits locaux
Traçabilité fournisseurs
Rémunération fournisseurs

81 % des consommateurs attendent des restaurateurs qu'ils **intègrent à leur carte des produits alimentaires responsables**

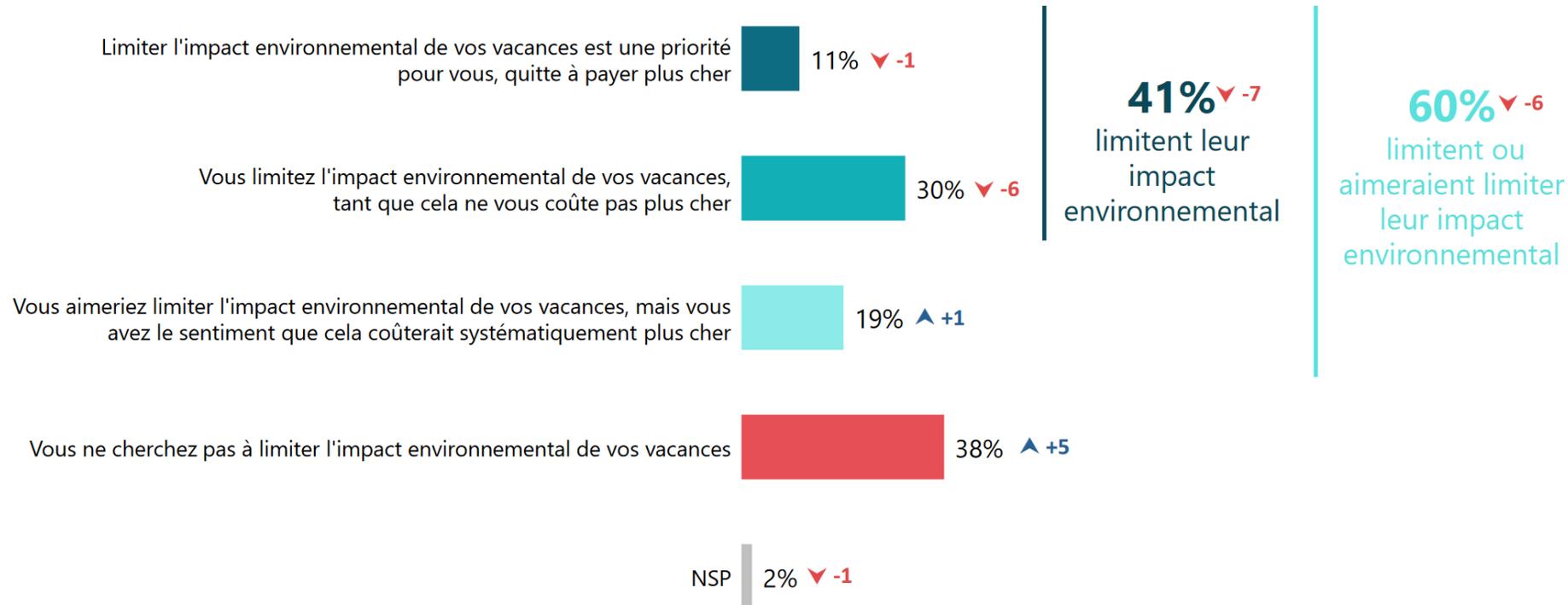
Baromètre Max Havelaar/Opinion Way publié en novembre 2021



“ La prise en compte de l'impact environnemental de ses vacances



Q. Lorsque vous organisez vos vacances, laquelle des affirmations suivantes se rapproche le plus de votre situation ?



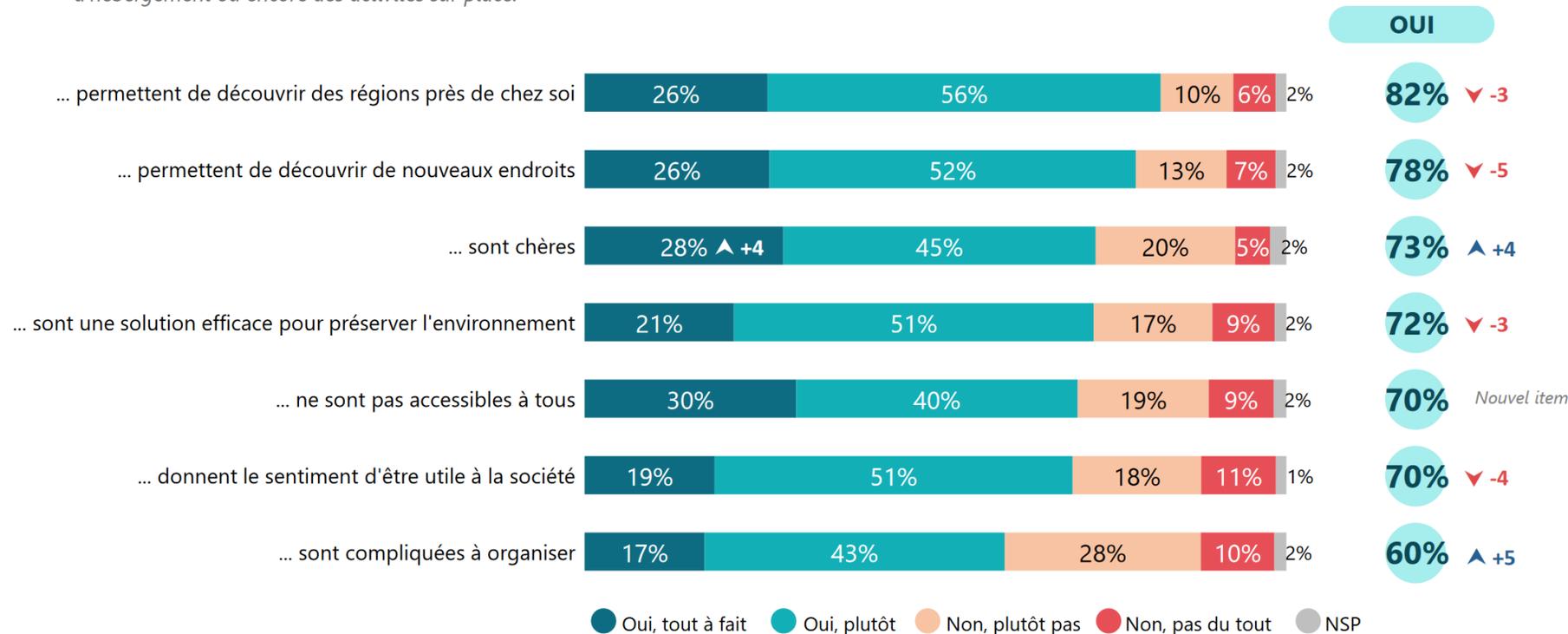
La prise en compte de l'impact environnemental de moins en moins prioritaire pour les voyageurs loisir

“ Les opinions relatives au tourisme écoresponsable



Q. Diriez-vous que les vacances écoresponsables... ?

Définition : Le tourisme écoresponsable est une forme de tourisme qui respecte le mode de vie des populations locales, favorise le développement de l'économie locale, préserve l'environnement et valorise la nature. Cela peut s'appliquer au choix de la destination, du mode de transport, du lieu d'hébergement ou encore des activités sur place.



Une complexité perçue pour l'organisation de vacances responsables

Une perception prix négative

▲ ▼ Evolution par rapport à juillet 2022

Clientèle professionnelle : focus sur les attentes « grands comptes »

Les institutions

Besoins : organisation d'évènements, de séminaires, restauration / traiteur, lieux de conférences

Attentes identifiées :

Peut avoir une priorité sur une ou plusieurs thématiques (local, offre végétarienne, engagement écologique, réduction du jetable et du plastique, insertion)

- **Décrire son offre responsable** de manière précise, chiffrée et prouvée dans les documents commerciaux
- Mettre en avant les **partenariats locaux**
- Mettre en avant les **labels**
- Mettre en place des **chartes éthiques** avec les fournisseurs



Charte éthique



Zéro emballage



Produits locaux et biologiques



Zéro plastique



Réduction du Gaspillage



insertion



Tri, valorisation, compost

Pourquoi cela est un avantage pour le tourisme ?

Cela génère des économies pour les opérateurs !

1 € par nuitée économisée en moyenne (hôtel)

La France présente l'un des meilleurs bilan environnemental par nuitée

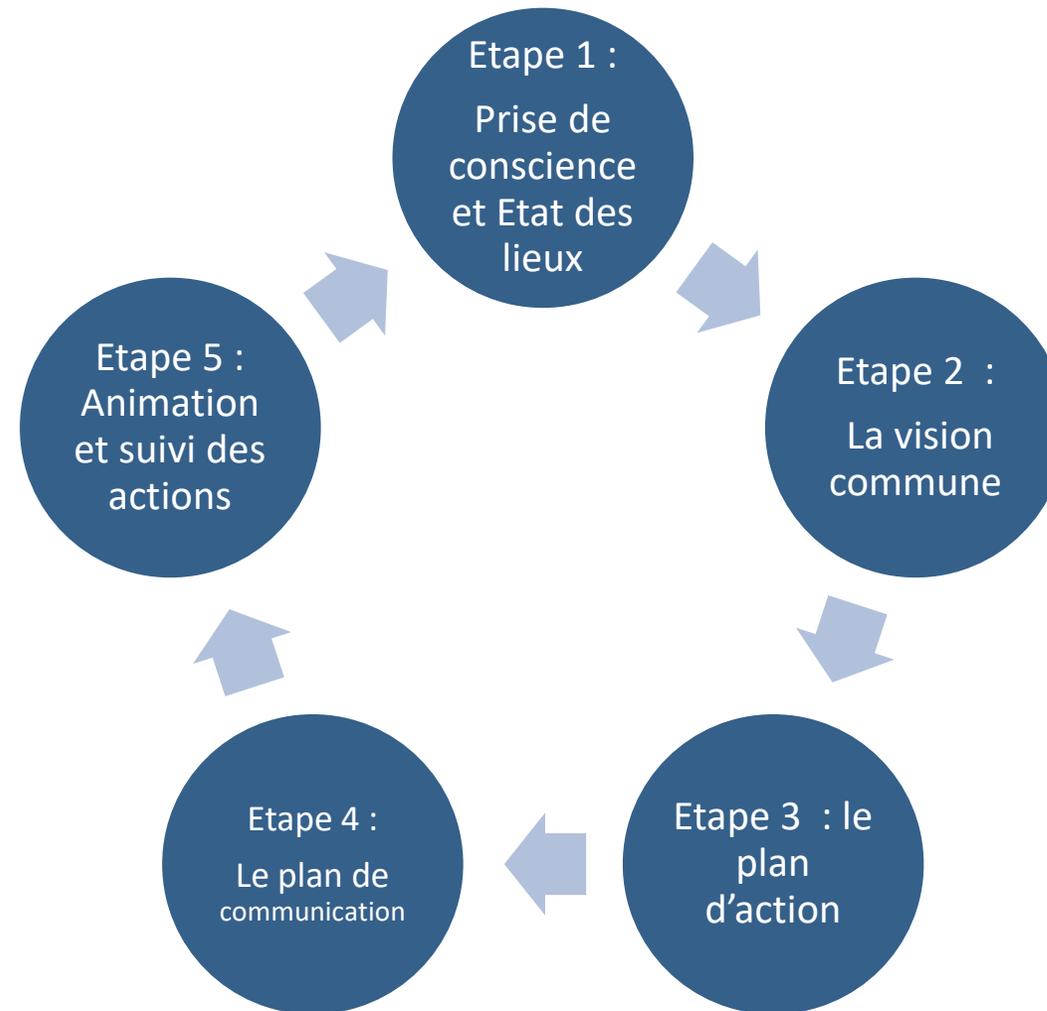
9 kg de CO₂ / nuitée dans un hôtel en France vs 50 kg au Maroc vs 150 kg aux Seychelles

Cela nous rend

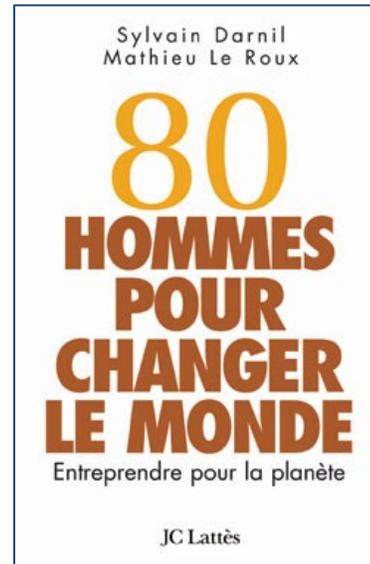
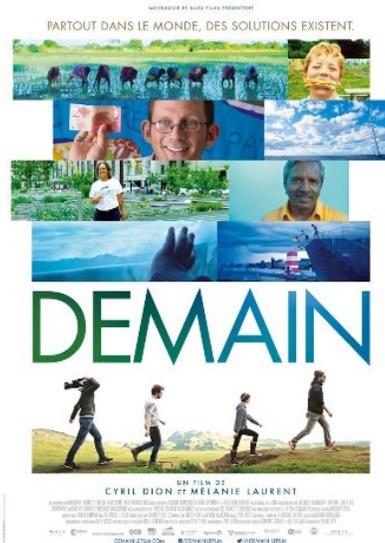
moins dépendants, plus résilient, plus autonome, développe l'économie locale, l'emploi...

De nombreuses aides et subventions accompagnent la transition écologique,
excellent moyen de renouveler nos expériences

Les grandes étapes de ma transition



Etape 1 : Déclencher la prise de conscience



ATELIER LOIRE-ATLANTIQUE DEVELOPPEMENT



Changement climatique: quelles conséquences pour le secteur touristique ?

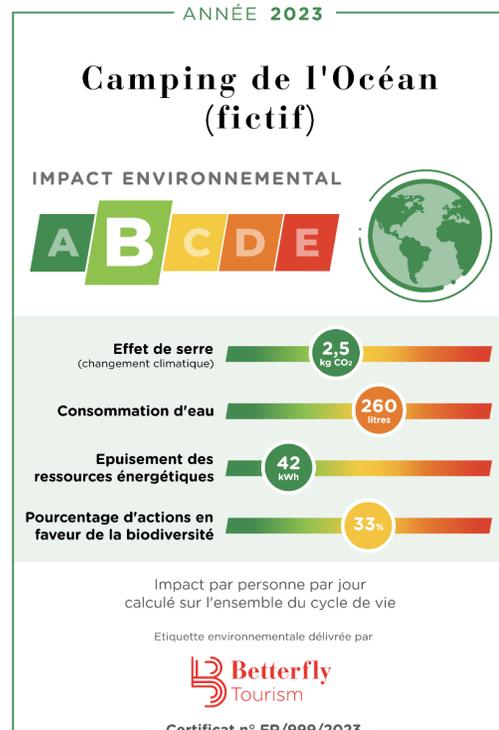
Mardi 15 novembre 2019
Le quai Vert à [Erossay](#)

Intervention
Hubert VENDEVILLE
CEO Betterfly Tourism



Films, conférences, séminaire, ateliers sur le sujet

Etape 1 : Les chiffres comme outil de prise de conscience



Evolution du cours du gaz sur les 5 dernières années

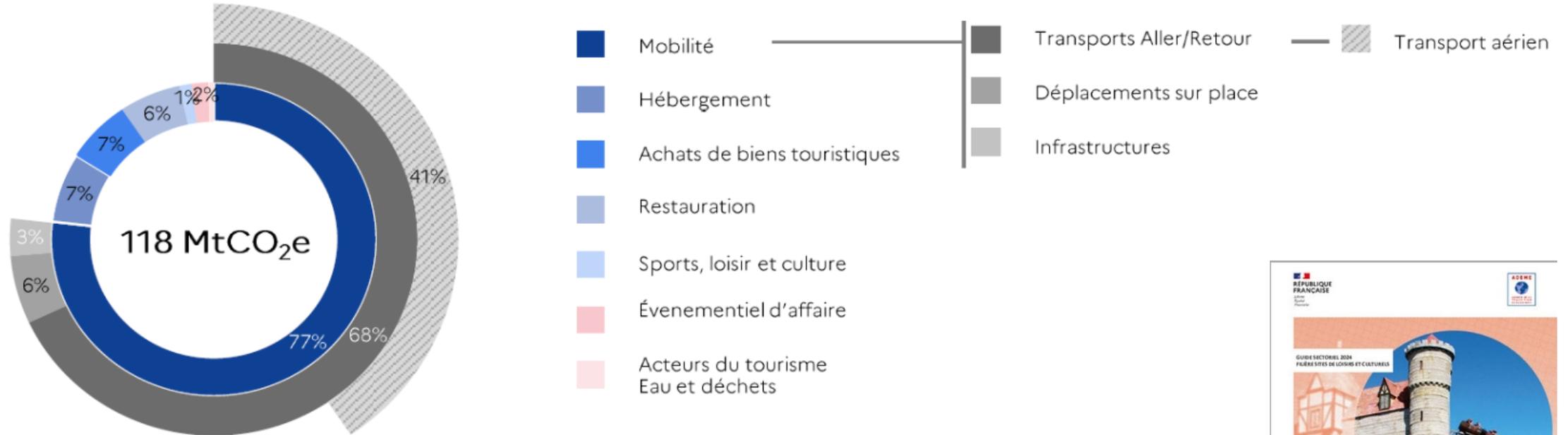


Analyse chiffrée sur une situation,
un diagnostic de départ voire un regard extérieur
Vos dépenses annuelles, les projections...



Etape 1 : Exemple de chiffre clé, impact carbone du tourisme en France

Bilan GES du secteur du tourisme en France : répartition par sources d'émissions

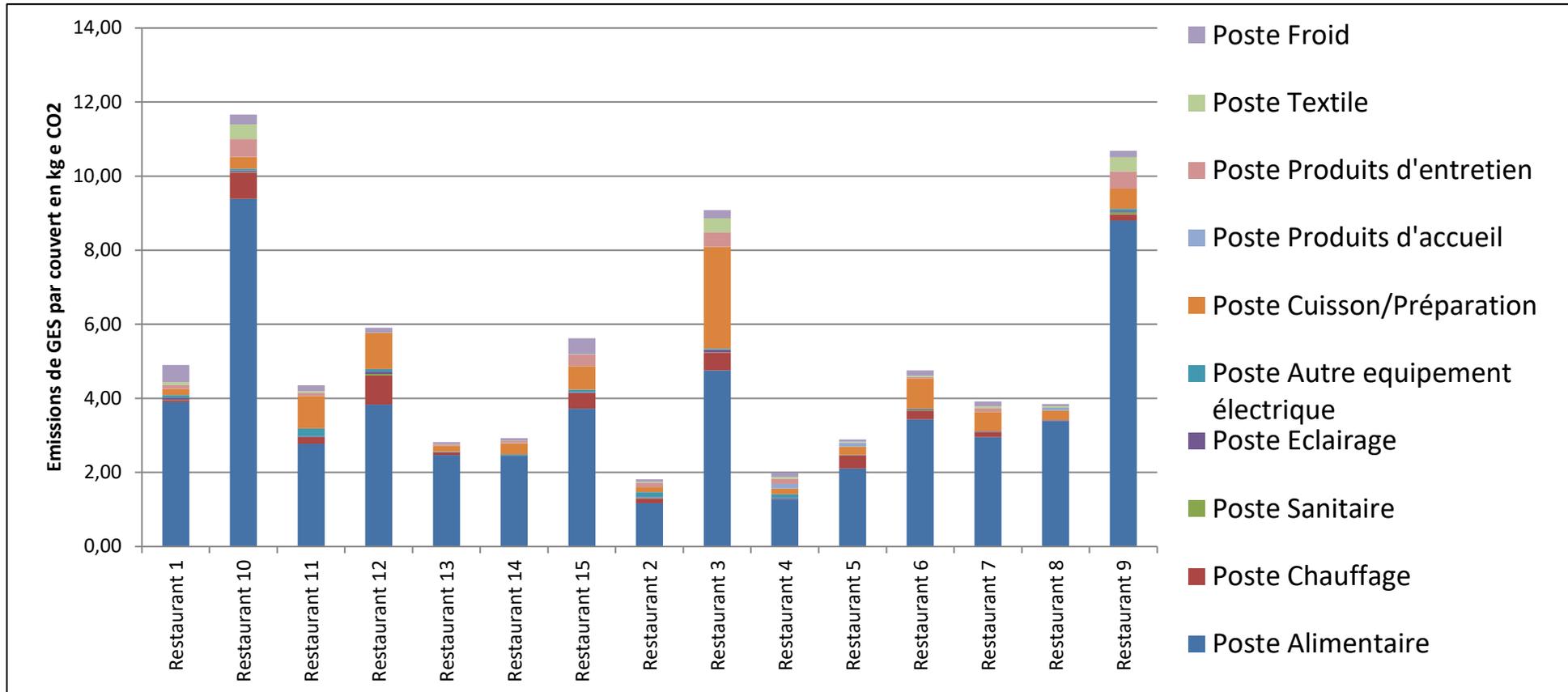


Source : bilan des émissions de GES pour le tourisme en France en 2019, ADEME



<https://librairie.ademe.fr/7210-realisation-d-un-bilan-des-emissions-de-gaz-a-effet-de-serre-filiere-sites-de-loisirs-et-culturels.htm>

Etape 1 : Exemple de chiffre clé, impact carbone de restaurants bretons



✓ 73% des impacts liés au poste alimentaire contre 11,8% pour le poste cuisson/chauffage

Etape 1 : Exemple de chiffres clés, déchets générés par un office de tourisme

Déchets (kg) - par postes			
Postes	Par an	Par ETP	Répartition (%)
Impression & papiers	84 391	1 333	98%
Fournitures de bureau	897	14	1%
Produits d'entretien	610	10	1%
Equipement électrique	292	5	0%
Chauffage climatisation & ventilation	213	3	0%
Eclairage	6	0	0%
Eau	3	0	0%
Déplacements missions	-	-	0%
mailing	-	-	0%
Total	86 412	1 365	100%

OT urbain français, 61 ETP

Les impressions représentent quasiment l'exclusivité des déchets.

Les déchets au bureau (hors édition) représentent autour de **30 kg / an / personne** soit environ **10 kg / jour** ce qui est déjà une quantité relativement importante

Etape 1 : Exemple de chiffre clé, impact du transport de l'office

Type de trajet	nb km à l'année	Emissions de CO2	% CO2	
Salariés, transport quotidien	(bus)	348063	30 746	29%
	(vélo)	22560	-	
	(pied)	189128	-	
	(voiture)	9400	1 993	
Accueil bureau des congrès	(long courrier)	49374	4 525	7%
	(petit/moyen courrier)	23568	3 543	
	(train)	10649	75	
Déplacement direction	(train)	5656	40	7%
	(petit/moyen courrier)	19578	2 943	
	(long courrier)	50608	4 638	
Déplacement promo (avion long courrier)		77164	7 072	9%
Déplacement promo (avion petit/moyen courrier)		16604	2 496	
Déplacement promo (train)		2028	14	
Réception VIP (avion long courrier)		252730	23 163	43%
Réception VIP (avion petit/moyen courrier)		160564	24 136	
Réception VIP (train)		33353	236	
Réception VIP (voiture)		3066	650	
Déplacement lié à un évènement	(long courrier)	21785	1 997	5%
	(petit/moyen courrier)	21785	3 275	
	(train)	4192	30	
Total		1321855	111 570	100%

Un peu plus de 1,3 millions de km parcouru en 2019, soit 36 fois le tour de la planète !
ou 2 AR Lune / Terre

Etape 1 : l'émotion au cœur de la prise de conscience



Eco-anxiété



Collapsologie

Solastalgie

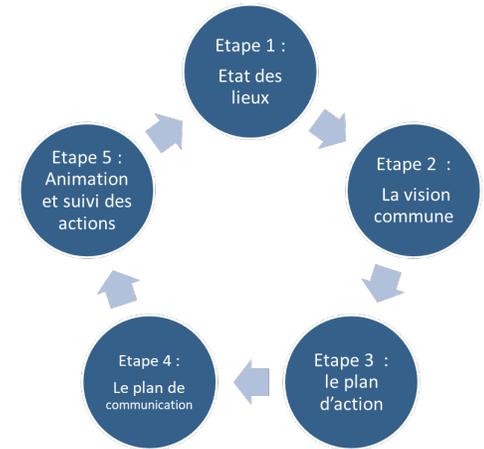


Ne pas laisser vos équipes seules face à ces enjeux

Temps d'échanges organisés avec votre équipe

Convenir d'un contrat de confiance sur la nécessité d'agir dans notre travail quotidien

Etape 2 : Elaborer une vision commune, connue et partagée



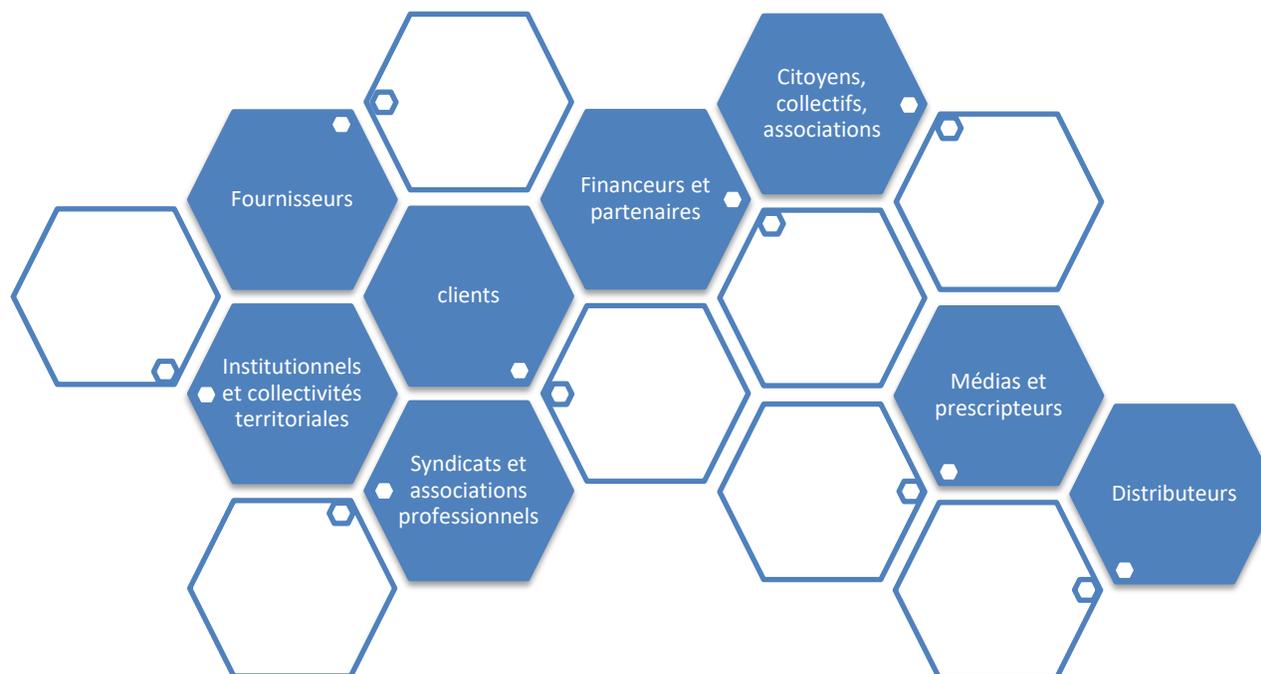
Etape 2 : Etat des lieux partagé : les attentes des autres acteurs

Etat des lieux partagé :

- Lister et rencontrer vos parties prenantes

Leurs attentes, leurs projets de développements, les freins liés au sujet, les actions déjà menées, les financements disponibles

- Questionner ses parties prenantes



Etape 2 : Panorama de visions, ambitions responsables dans le tourisme



Publié en décembre 2020



« Faire rêver implique de grandes responsabilités. Nous cherchons toujours à nous intégrer dans notre territoire d'accueil de façon équilibrée et durable, tout en sensibilisant nos publics aux enjeux environnementaux et sociétaux. »

<https://disneylandparis-news.com/bilan-rse/>

Notre objectif reste de vous offrir la garantie de confort et de services tout en **donnant du sens à votre séjour.**

Demarche environnementale sociétale



HÔTEL ÉCOLOGIQUE : A DÉCOUVRIR DÈS MAINTENANT CHEZ BEST WESTERN !

Best Western France est engagé depuis plusieurs années en développement durable avec la labellisation de plusieurs de ses établissements. L'année 2018 marque un tournant de notre politique environnementale, avec la création du département RSE afin de répondre aux enjeux **environnementaux et sociétaux** actuels en gardant à l'esprit les fondamentaux de la RSE.

Les raisons d'une stratégie RSE chez Best Western

Notre objectif reste de vous offrir la garantie de confort et de services tout en **donnant du sens à votre séjour.**

La RSE remet l'humain (bien sûr vous nos clients, mais aussi nos collaborateurs, nos fournisseurs, notre réseau d'associés...) au centre des intérêts et permet de mieux fédérer autour d'un projet qui véhicule des valeurs fortes.

Des actions concrètes déjà réalisées :

Chaque année, nous nous faisons auditer par une société externe EcoVadis, qui évalue plus de 50 000 entreprises dans 150 pays dans le monde en RSE. Leur évaluation porte sur 21 critères regroupés en 4 thèmes : Environnement, Social & Droits de l'Homme, Éthique et Achats Responsables. Nous avons obtenu une médaille d'argent sur trois périmètres: Best Western Hotels & Resorts, notre centrale de référencement Prochat et le siège. Nous espérons décrocher l'or d'ici fin 2020 en décuplant nos efforts et notre politique RSE avec l'aide de tous !



https://www.bestwestern.fr/demarche_environnementale_societale.jsp



Quand la responsabilité aussi fait partie du tout compris.

RESPONSABILITÉ
ET SOLIDARITÉ AU CLUB MED
- 2019



<http://developpementdurable.clubmed/wp-content/uploads/2021/06/FR-Rapport-RSE-2019-final-20-nov20-LD.pdf>



Etape 3 : construire votre plan d'action

Quelles sont vos sources d'inspiration pour définir des actions de tourisme durable dans votre organisation ?

- ✓ Des actions existantes dans mon organisation à déployer
- ✓ Des actions inspirantes chez d'autres acteurs
- ✓ Des fournisseurs, prestataires proposant des solutions
- ✓ Les subventions, aides disponibles
- ✓ Des ateliers de recherche de solution
- ✓ La réglementation ou l'anticipation de la réglementation
- ✓ Etudes, livres blancs, publications...
- ✓ Les labels et autres démarches déjà structurées

Inspiration : les actions menées par les confrères et le secteur

MONTE·CARLO
SOCIÉTÉ DES BAINS DE MER

2^E CHARTE ENVIRONNEMENTALE DE LA SOCIÉTÉ DES BAINS DE MER

PÉRIODE 2013-2016

LES ACTIONS EN DÉTAIL

39 actions pour vous, pour nous, pour l'environnement

MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL & CERTIFICATIONS

1. Appliquer un management environnemental, conforme au Grenelle II, avec mise en place d'un reporting régulier sur les thèmes pertinents de la RSE.
2. Déployer une charte spécifique par établissement qui souligne les engagements et perspectives des principales entités du Groupe.
3. Obtenir le label Green Globe pour plusieurs sites du groupe Monte - Carlo SBM.
4. Maintenir la labellisation Imprim'vert de l'imprimerie SBM.
5. Mettre en place Iso 14001 pour les Thermes Marins.
6. Travailler en cohérence avec les chartes et actions collectives locales (en collaboration avec la Fondation Prince Albert II, la Direction du Tourisme et des Congrès ainsi que le Gouvernement)
7. Appliquer le référentiel BREEAM aux nouveaux chantiers de construction.

19. Favoriser les véhicules propres et installer des bornes de recharges électriques.

20. Favoriser les modes de déplacements alternatifs dans les déplacements des collaborateurs.

21. Recourir à l'exercice annuel du Bilan Carbone afin de mesurer l'évolution de l'empreinte carbone des activités de la SBM (socles 1 et 2 prioritairement).

BIODIVERSITÉ

22. Démarche Zéro-Phyto : Limiter l'usage des phytosanitaires & favoriser la lutte biologique.

23. Maintenir zéro achats de Thon Rouge.

24. Contribuer à l'implantation de ruches afin de soutenir une production de miel locale. Contrôle de la qualité globale de notre environnement via un bio-indicateur - l'abeille.

LOUPE RESPONSABLES



Inspiration : les actions menées par les confrères et le secteur

construction.

INFORMATION, SENSIBILISATION & IMPLICATION DES PARTIES PRENANTES

- 8. Maintenir la sensibilisation et mobilisation des métiers du Groupe aux actions respectueuses de l'environnement.
- 9. Communiquer et informer la clientèle des actions Groupe sous signature « Be Green Monte-Carlo ».
- 10. Diffuser notre Charte éthique à destination des fournisseurs de la Société. Tirer profit des avancées et initiatives environnementales pertinentes.

MAITRISE DE L'ÉNERGIE

- 11. Optimiser nos consommations d'énergies et poursuivre les choix techniques optimaux au niveau corporate.
- 12. Chercher l'efficacité énergétique, l'adopter comme critère déterminant dans les achats de matériels.
- 13. Favoriser les comportements permettant une plus grande sobriété à l'égard de l'utilisation d'énergie.
- 14. Conforter notre politique de production d'énergies respectueuses de l'environnement.

MAITRISE DE LA CONSOMMATION D'EAU

- 15. Suivre de manière détaillée les consommations d'eau
- 16. Installer du matériel favorisant les économies d'eau.
- 17. Utiliser de manière raisonnée l'eau pour le nettoyage extérieur, les plonges cuisines et l'arrosage des espaces verts.

AIR, ATMOSPHÈRE, TRANSPORTS

- 18. Maîtriser et réduire les fuites de fluides frigorigènes.

ACHATS RESPONSABLES

- 25. Favoriser les produits sous labels écologiques et environnementaux.
- 26. Soutenir le programme « Monaco s'engage contre la déforestation », achats et utilisation de bois/produits dérivés certifiés FSC ou PEFC.
- 27. Recourir aux filières issues du commerce équitable pour les achats textiles et alimentaires.
- 28. Favoriser des produits bio, locaux et de saison, prioritairement pour le secteur des achats alimentaires.

COLLECTES ET TRI SÉLECTIF

- 29. Optimiser la collecte de papier, dématérialiser la communication.
- 30. Optimiser la collecte du verre, rechercher l'économie sur les filières et le transport.
- 31. Optimiser la collecte des piles des clients et des services internes.
- 32. Optimiser la collecte des équipements électriques et électroniques (D.E.E.E).
- 33. Optimiser la collecte des cartouches d'encre.
- 34. Optimiser la collecte des tubes / ampoules fluo-compacts.
- 35. Tracer et stocker les déchets et produits dangereux dans des zones sécurisées conformes à la prévention des risques environnementaux ainsi qu'aux règles de sécurité et acheminer vers filières de traitement spécifiques pour leur élimination.
- 36. Optimiser la collecte des emballages résiduels.
- 37. Optimiser la collecte des huiles de cuisson.
- 38. Optimiser la collecte des graisses alimentaires.

RÉNOVATIONS ET CONSTRUCTIONS DURABLES

- 39. Cibler des écoconceptions en amont avec l'application systématique du référentiel BREEAM.

Inspiration : les guides de bonnes pratiques



Inspiration : les aides et subventions

The screenshot shows the homepage of Aides-entreprises.fr. At the top, the site title "Aides-entreprises.fr" is displayed in white on a dark blue background, with the tagline "La base de données de référence sur les aides aux entreprises ouverte à tous" below it. A navigation bar contains links for "Qui sommes-nous?", "Recherche avancée", "Outils", "Actualités", and "Ma sélection", along with a search bar labeled "Rechercher sur le site". Below this, two prominent colored banners highlight "Aides COVID-19" (orange) and "Aides Plan de relance (TPE et PME)" (green). The main content area features the text "Accéder gratuitement et librement aux 2031 aides publiques financières". A step-by-step guide is provided: "1 Préciser vos besoins de financement" with buttons for "Création", "Reprise", "Emploi-Formation", "Gestion financière et exonérations", "Développement commercial", "Export", "Innovation", "Eco-développement", "Investissements matériels, immatériels et immobiliers", and "Transmission". The second step is "2 Sélectionner votre localisation" with an "OU" separator and "Saisir directement votre N° de SIRET". Below these are input fields for location (with a location pin icon) and SIRET number (with a barcode icon).

<https://aides-entreprises.fr/>



Focus les aides et financements actuels

FONDS TOURISME
DURABLE

Exemples d'actions concrètes

Source : CRT Bretagne



- Achats de broyeurs à végétaux, composteurs, pavillons de compostage
- Récupération des eaux de pluie : cuves d'eau
- Prévention des déchets en substitution du jetables (contenants durables, alèses ..)
- Lutte contre le gaspillage alimentaire & évolution des approvisionnements : Robots ménagers pour le travail des produits bruts pour les restaurants



- Mobilités : Abri à vélo sécurisé avec toit avec ou sans PV, vélos cargos



- Limitation de débit robinet (bouchon mousseur)
- mitigeurs thermostatiques, pommeau à débit réduit, programmateur de douche (sanitaire collectif)
- Limitation de consommation WC (double flux) – toilettes sèches
- Sèche linge Pompes à chaleur



- Régulation du chauffage : Thermostat radiateur, détection d'ouverture de fenêtre, programmateur horaire
- Confort d'été et d'hiver : pergolas en bois naturels, stores intérieurs et extérieurs
- Eclairage : remplacement de Luminaires intérieurs et extérieurs

- Audit énergétique
- Bilan GES
- Maîtrise d'œuvre
- Isolation
-

Les aides de l'ADEME

4 grandes familles d'aides :

1. Aides à la réalisation

- aides à la décision : diagnostics et études d'accompagnement de projets réalisés par un prestataire externe ;
- projets environnementaux, principalement sous forme d'investissements : opérations exemplaires ou opérations de diffusion de technologies éprouvées

2. Aides à la connaissance

- projets de recherche, développement et innovation ;
- études « à caractère général » : benchmark, prospective, développement d'outils, méthodes, évaluation... ;
- observatoires territoriaux.

3. Aides au changement de comportement

- programmes de communication, formation, animation
- équipements pédagogiques ;
- programmes d'actions des relais de mobilisation.

4. Aides dans le cadre de contrats d'objectifs

- projets territoriaux de 3 ans sur la base d'un objectif de résultats.

De 50% à 70% d'aides sur l'ensemble de ces actions. Exceptionnellement 80% d'aide



 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**
Liberté
Égalité
Fraternité



Accompagnement à la transition écologique des acteurs économiques du secteur du tourisme (Région Provence-Alpes-Côte d'Azur)

Version 19/02/2024

Objectif : Ce document référence l'ensemble des outils et dispositifs portés par l'ADEME pour accompagner les acteurs économiques touristiques dans leur transition écologique. Il permet d'avoir une première visibilité sur les aides possibles. Un contact préalable avec les responsables thématiques de l'ADEME et/ou les partenaires de l'ADEME est vivement recommandé pour vérifier l'éligibilité du projet en amont du dépôt.

Cible : Entreprises (TPE, PME, ETI, Grandes entreprises), Associations.

Ce document n'est pas exhaustif et pourra être régulièrement actualisé.

1) Les aides spécifiques aux acteurs du tourisme

Premiers pas vers la transition écologique avec le Fonds Tourisme Durable

Le Fonds Tourisme Durable, a pour objectif de soutenir via des aides financières, les opérateurs des secteurs de la restauration et de l'hôtellerie dans leur démarche vers un tourisme durable.

Il consiste à :

- **Accompagner via un diagnostic** gratuit des restaurants et des hébergements touristiques vers une transformation écologique durable
- Donner les moyens aux restaurants et hébergements touristiques **de s'engager concrètement via des investissements** subventionnés dans la transition écologique et/ou études réalisés par l'entreprise figurant dans une liste prédéfinie.

Conditions d'éligibilité :

- **Structures éligibles :** relevant de certains secteurs d'activités sur la base du code APE / NAF (voir conditions d'éligibilité et de financement sur la page « Fonds Tourisme Durable » de la plateforme agirpourlatransition.ademe.fr)
- **Communes éligibles** pour les territoires métropolitains : communes rurales à densité intermédiaire, peu denses ou très peu denses ET étant également communes de moins de 30 000 habitants

Cibles entreprises du tourisme : Restaurateurs/Hébergeurs étants des TPE/PME au sens de la réglementation européenne.

Plus d'informations sur le Fonds Tourisme Durable : <https://agirpourlatransition.ademe.fr/entreprises/aides-financieres/2024/fonds-tourisme-durable-restaurateurs-hebergeurs-accelerez-transition>

<https://provence-alpes-cotedazur.com/app/uploads/crt-paca/2024/05/Aides-entreprises-du-tourisme-ADEME.pdf>

Exemple sur les aides de l'ADEME

Estimation des besoins en kWh avant / après

AVANT	Surface bâti ancien (manoir)	650	m²
	Hypothèse consommation énergie / m²	250	kWh/m²
	Total kWh gaz ancien	162 500	kWh
	Surface bâti partie moderne	2 164	m²
	Hypothèse consommation énergie / m²	200	kWh/m²
	Total kWh gaz partie moderne	432 800	kWh
	Total kWh estimé AVANT travaux, chauffage uniquement	595 300	kWh
	prix gaz 2020	0,139	€/kWh
	coût annuel gaz estimé AVANT travaux	82 747	€
	Rendement chaudière AVANT estimé	85%	
Besoin en kWh	506 005	kWh	
Scénario 2 : chauffage bois			
	Gain énergétique isolation	25%	
	Gain énergétique isolation	108 200	kWh
	Besoin en kWh après travaux	346 946	kWh
	Rendement nouvelles chaudières	96%	
	Consommation après travaux (périmètre identique)	361 402	kWh
	Consommation ECS déduite		
	Inflation bois annuel	4%	
APRES	Coût bois hiver 2022 (incluant maintenance ~10 k€ / an)	22 308,10	€
	Coût bois hiver 2023	23 200,43	€
	Coût bois hiver 2024	24 128,44	€
	Coût bois hiver 2025	25 093,58	€
	Coût bois hiver 2026	26 097,33	€
	Coût bois hiver 2027	27 141,22	€
	Coût bois hiver 2028	28 226,87	€
	Investissement 2022 (changement des chaudières par chaudière bois)	370 000,00	€
	Incluent investissement réseau de chaleur		
	Aides et subventions (40 € / MWh ENR pendant 20 ans) et réseau de chaleur	- 160 000,00	€
	Coût global 8 ans	386 195,97	€

Coût global 8 ans : 386 195 € (bois) Vs 574 163 € (gaz)

Investissement

370 k€

(chaufferie centralisée + réseau de chaleur de 190 ml pour desservir les 2 chaufferies actuelles qui deviendront des sous-stations)

Aides potentielles dans le cadre du Fonds Chaleur

160 k€

(ceci n'est qu'une première estimation que doit être affinée) :

- Etudes : 70% de l'étude de faisabilité + 40% de la mission AMO
- Investissement : 160 k€ (65 k€ pour le réseau de chaleur et 95 k€ pour la chaufferie)

=> **Solde à financer par le porteur de projet = 210 k€**

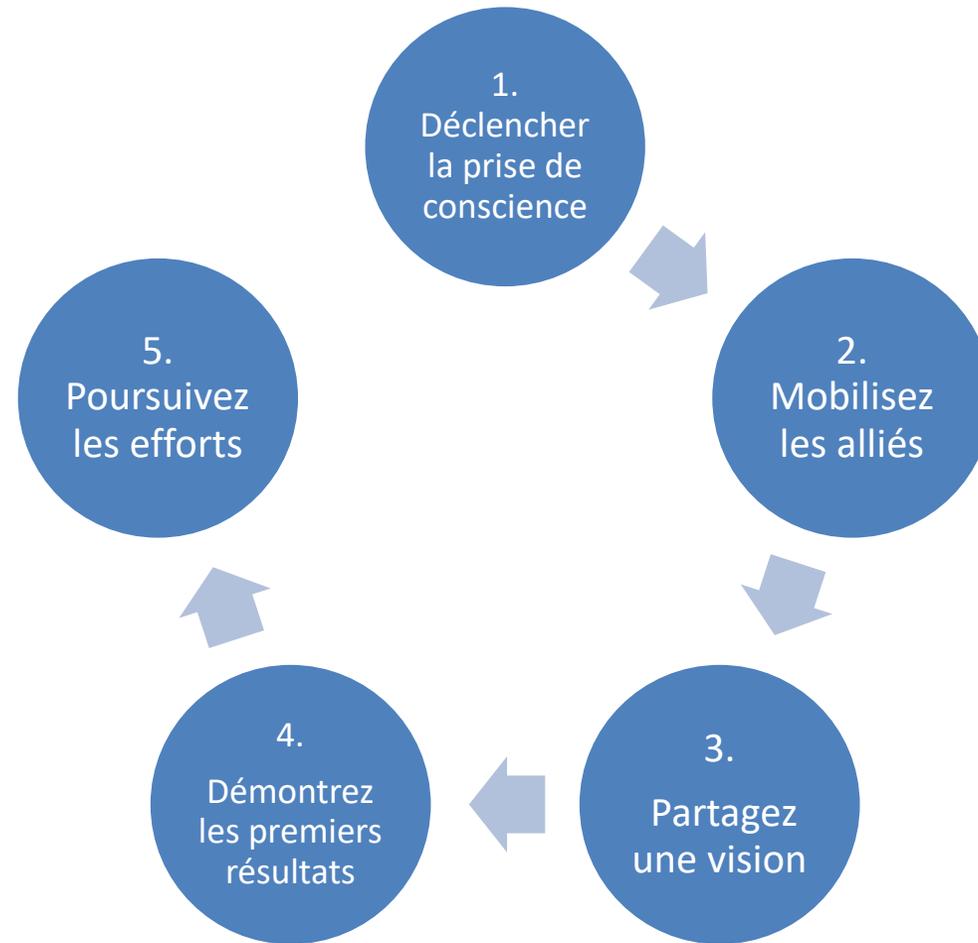
=> **Temps de retour après subvention = 7 ans**

=> **Plus value certaine au moment de la vente**

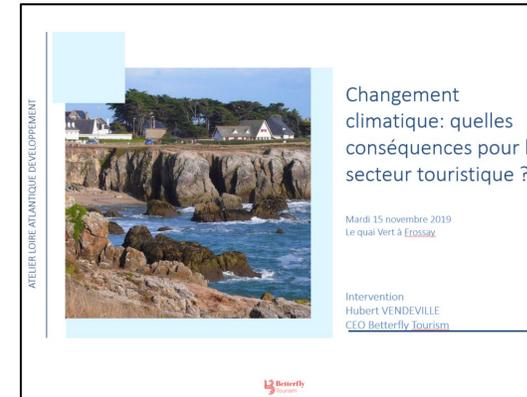
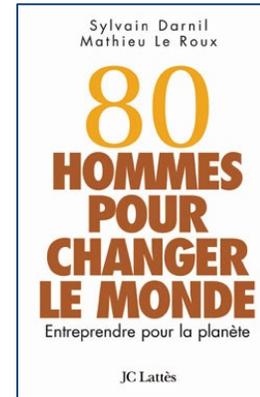
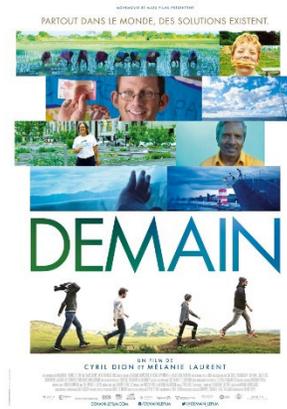
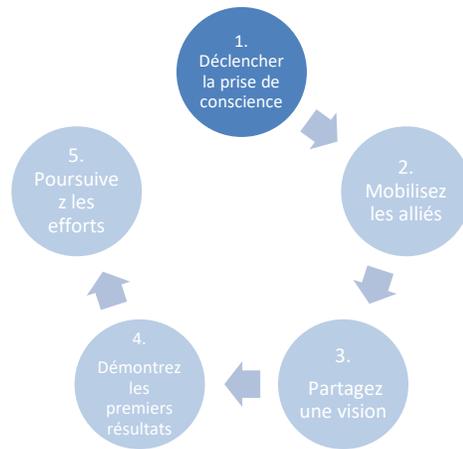




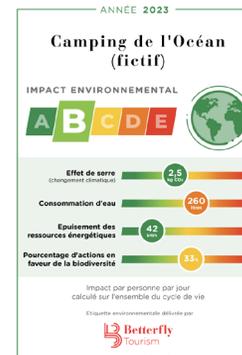
Les étapes clés pour engager autour de soi



Les étapes clés pour piloter le changement

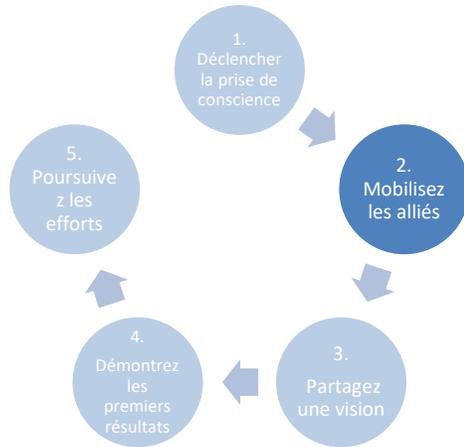


Conférences, séminaire, ateliers sur le sujet (Fresque du Climat, de la Biodiversité,...)



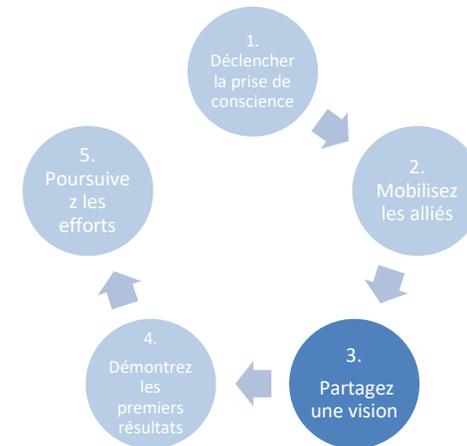
Analyse chiffrée sur une situation, un diagnostic de départ voire un regard extérieur

Les étapes clés pour piloter le changement



- ✓ Identifier les collaborateurs sensibles au sujet lors des entretiens annuels, des ateliers, conférences
- ✓ Laissez leur la possibilité de présenter des aspects du changement avec leurs mots, leurs arguments
- ✓ Créer des groupes de travail avec des volontaires

- ✓ Co-construisez la vision par les rencontres avec les parties prenantes, les ateliers sur les enjeux...
- ✓ Présentez la vision et laissez le temps aux discussions, laissez une marge de manœuvre pour adapter la vision
 - ✓ Répétez à chaque moment clés (séminaires, présentation de l'entreprise, formations...)

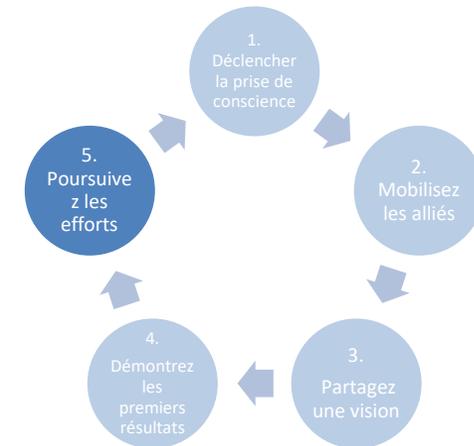


Les étapes clés pour piloter le changement



- ✓ Mettez en place des indicateurs de suivi SMART
- ✓ Communiquez autour du changement
- ✓ Célébrez les bonnes nouvelles, les actions allant dans le sens du changement

- ✓ Déléguez en grande partie les actions liées au changement
 - ✓ Facilitez le retour d'expérience pour adapter les actions
 - ✓ Communiquez dans le temps
- ✓ Identifiez de nouvelles idées par de nouveaux ateliers



Définition de la communication responsable

*« Communication consistant à prendre en considération les **aspects sociétaux et environnementaux** d'une organisation, pour toute forme de communication, pour mettre en avant la façon dont l'organisation, grâce à ses activités, contribue à créer de la **valeur partagée et de l'impact positif** »*

Les 3 finalités de la communication responsable

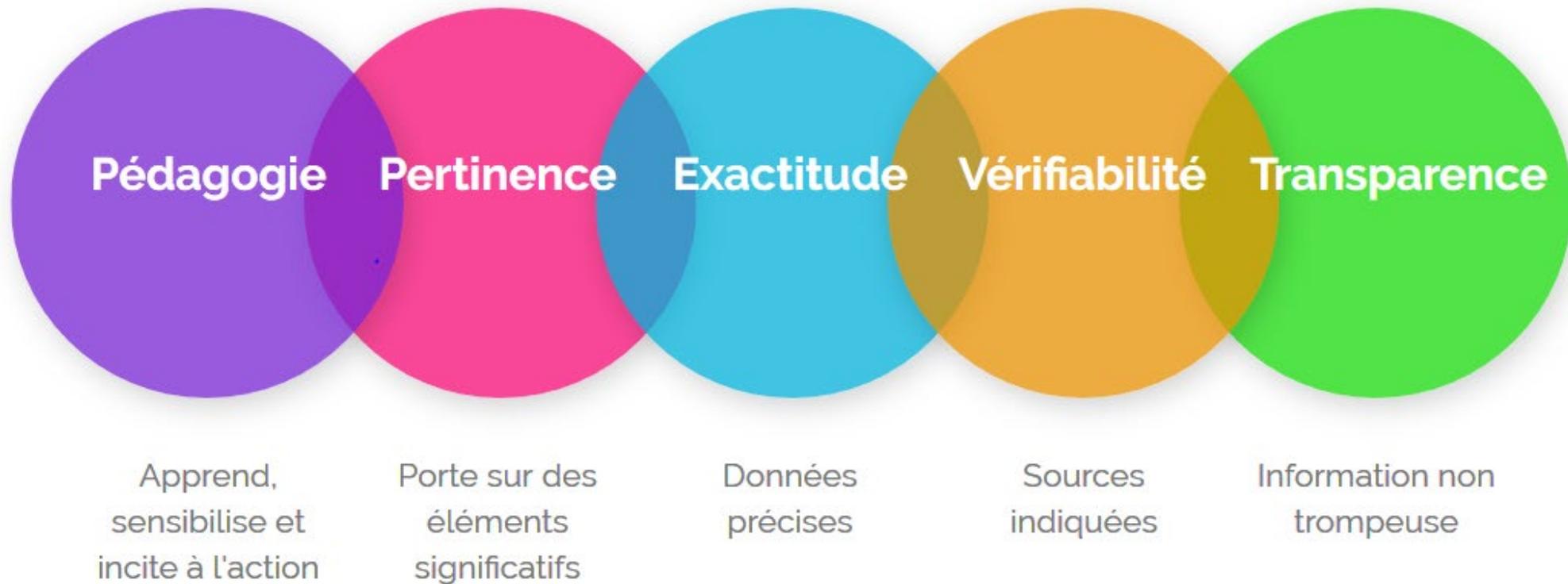
1. Valoriser les **engagements** de l'organisation/du territoire en matière environnementale, sociale et/ou sociétale (ou économique)

2. **Responsabiliser et impliquer** les destinataires du message :

client/visiteur – prospect – employé – fournisseur – acteurs en lien avec mon organisation / territoire

1. Développer une **communication plus écologique et responsable sur la forme**

Définition de la communication responsable



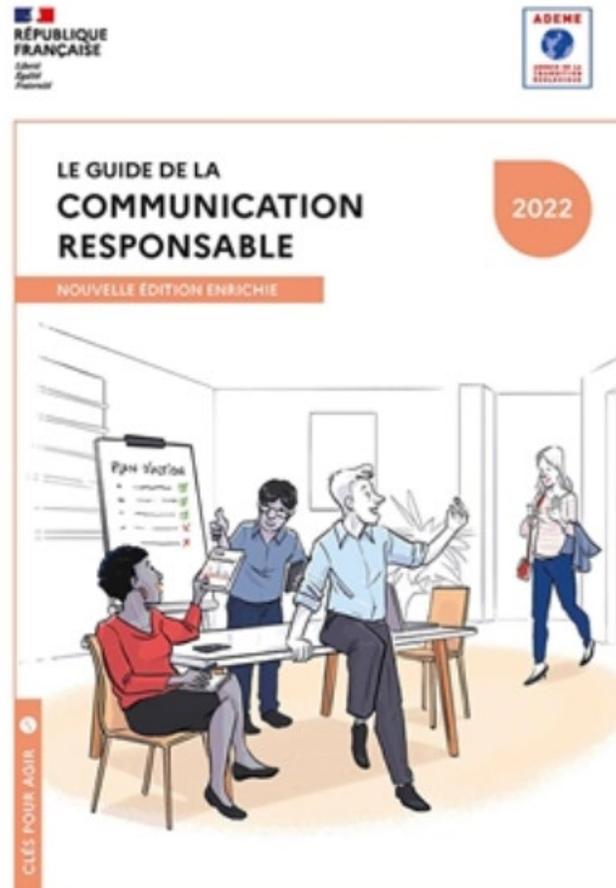
...permet d'éviter le greenwashing

« Un produit ou un service en
lui-même n'est pas écologique
et son impact ne peut être nul. »

Ademe, Guide Anti-Greenwashing

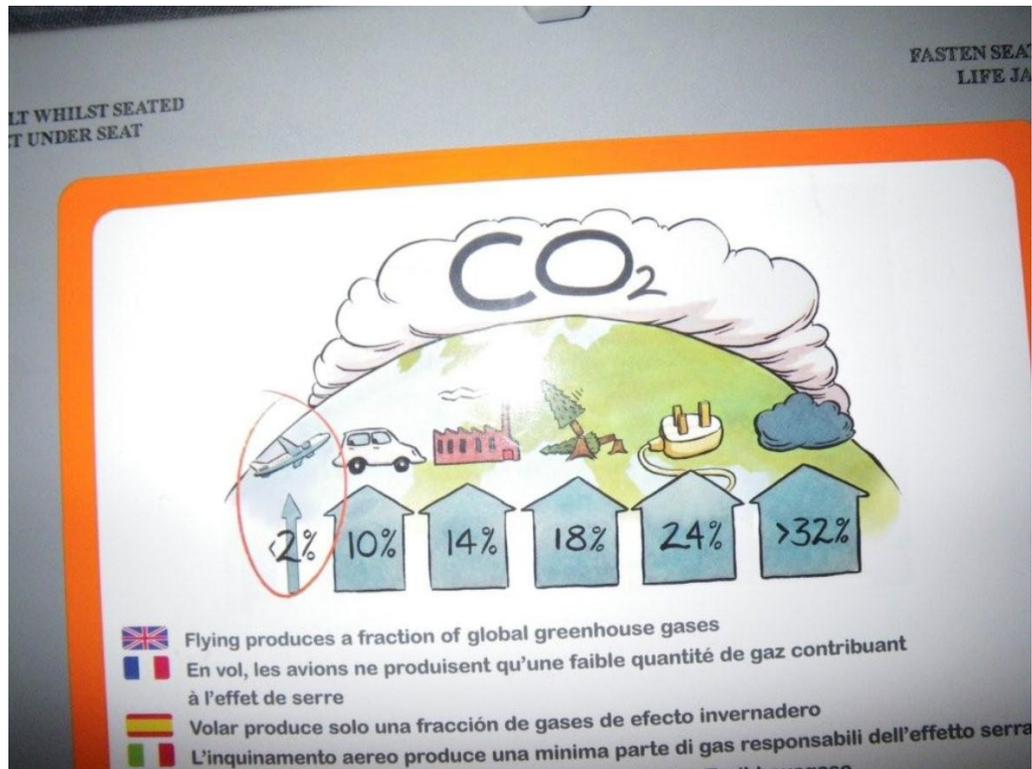


Le guide de l'ADEME sur la communication responsable



Exemple

Easyjet, 2014



fnam FNAM (Fédération Nationale de l'Aviation et de ... [+ Suivre](#) ...
1 306 abonnés 2022
2 j. 🌐

Focus [#AviationDurable](#) [#Biodiversité](#) | Les aéroports sont constitués à plus de 70% de prairies et d'espaces naturels.
[🌱](#) Les infrastructures du transport aérien requièrent une emprise au sol ...voir plus

#AVIATIONDURABLE

LES AÉROPORTS SONT CONSTITUÉS À PLUS DE 70% DE PRAIRIES ET D'ESPACES NATURELS ABRITANT UNE IMPORTANTE BIODIVERSITÉ

LES INFRASTRUCTURES AÉROPORTUAIRES SONT PEU INVASIVES

SABRINA D'AUDIGIER

L'impact du numérique

Une augmentation d'environ **9% par an** (période 2015 à 2020)

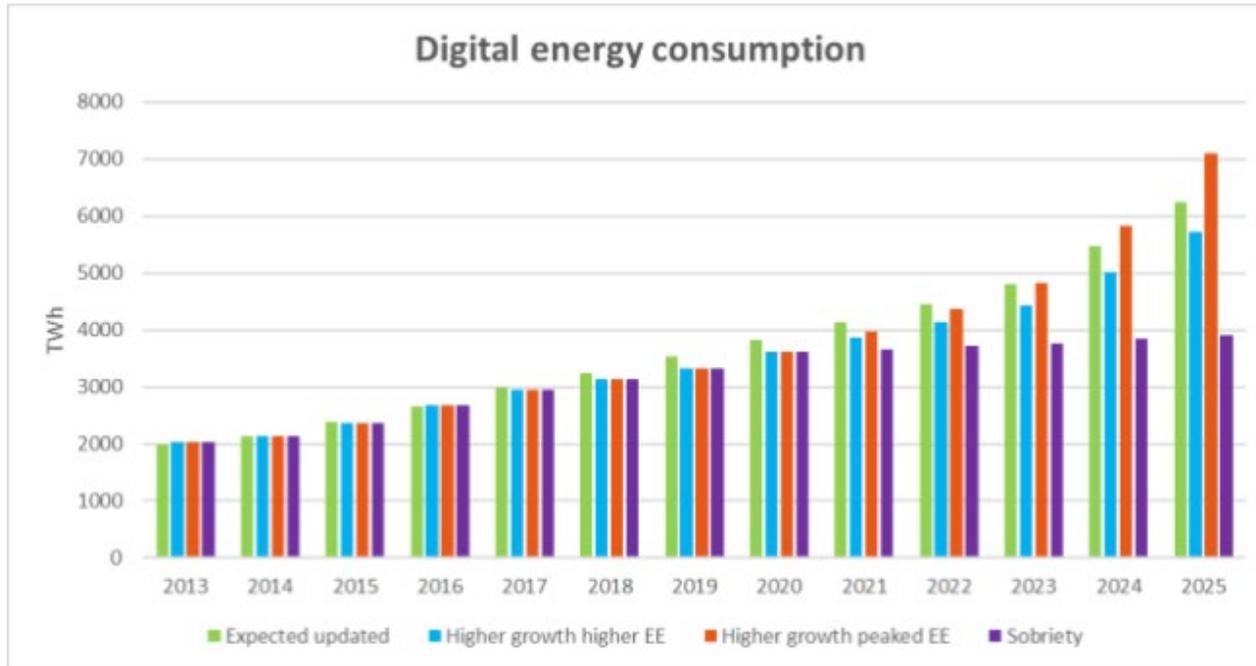
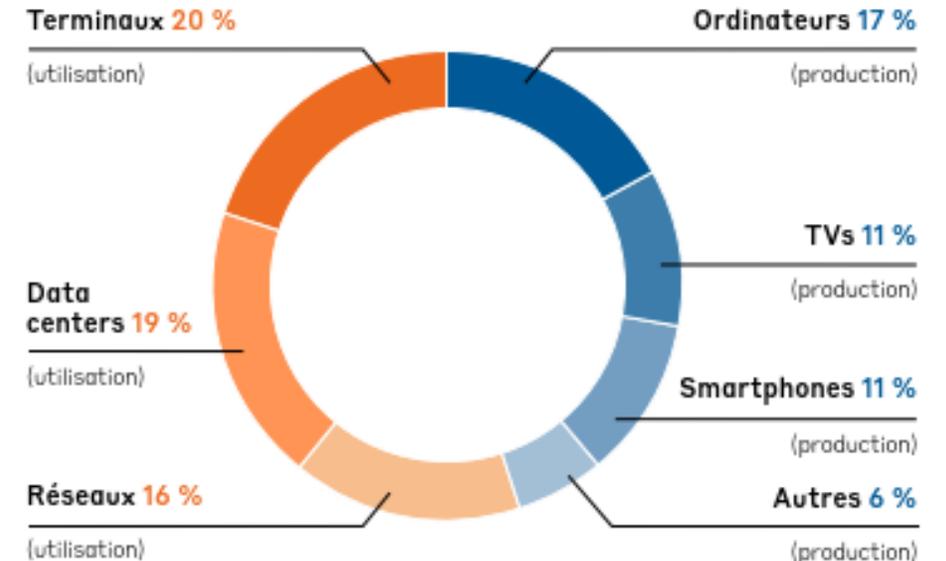


Figure 1 : Évolution 2013-2025 de la consommation énergétique du Numérique en TWh

[Source : [Lean ICT Materials] Forecast Model. Produit par The Shift Project à partir des données publiées par (Andrae & Edler, 2015)]

Source : The Shift Project – Lean ICT : Pour une sobriété numérique – Octobre 2018

Les terminaux sont les plus grands consommateurs d'énergie finale

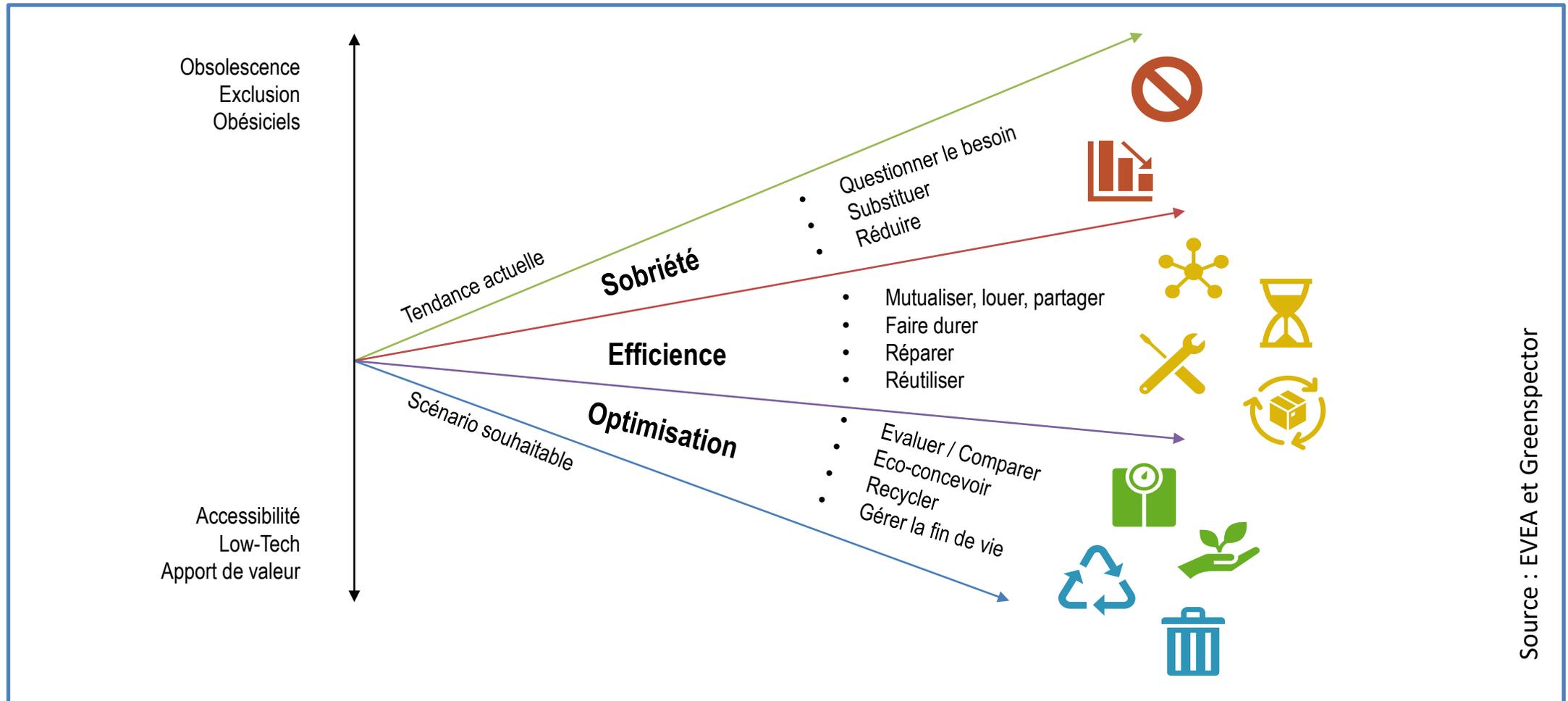


Distribution de la consommation d'énergie finale du numérique par poste pour la production (45%) et l'utilisation (55%) en 2017

Source : Lean ICT, The Shift Project 2018

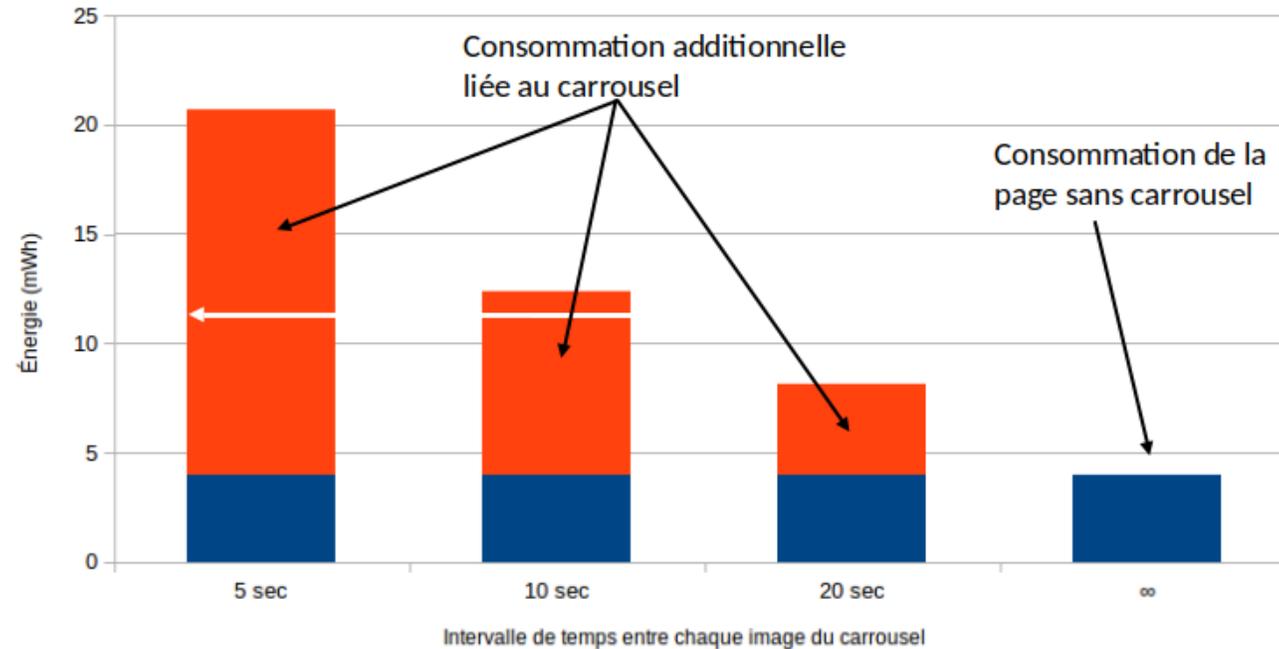
Source : The Shift Project - Déployer la sobriété numérique - octobre 2020 - Des dynamiques numériques actuellement insoutenables

L'impact du numérique



L'impact du numérique – éco-conception des sites web

Exemple : Supprimer le carrousel d'images permettrait de réduire de 80 % la consommation d'énergie de la page.



Les outils de tracking

→ sans les outils de tracking, le chargement de la page serait terminé **au bout de 1,8 s**

→ avec les outils de tracking, le chargement de la page se termine **2 s plus tard** (au bout de 3,7 s)

Source : EVEA et Greenspector



ECO RESPONSIBLE

BEACHCOMBER



1:51 / 1:55



Exemples de communications pertinentes

Une offre qui transpire l'engagement, exemple Eco-Domaine de la Fontaine au Breton, Pornic, 44



Exemples de communications pertinentes

Des offres calibrées sur la demande de RSE

JOURNÉE INCENTIVE – Paris Responsable



A savoir

-  Au coeur de Paris
-  Devis personnalisé sur demande
-  Toute l'année



Voici une suggestion pour organiser une journée incentive responsable à Paris !

Programme de la journée :

- Réunion (8h30 > 11h00)
- Randonnée vélo écolo à Paris (11h00 > 12h45)
- Déjeuner au vert (13h00 > 14h30)
- Atelier récup' (15h00 > 17h00)

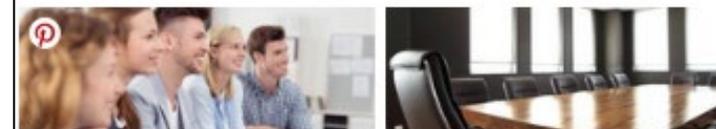
<https://www.agence-wevents.com/incentive-responsible-developpement-durable-paris>

Jour 1 :

Réunion dans un lieu éco-responsable

Pour aborder cette journée d'incentive responsable, vous souhaitez sûrement convier vos participants à une réunion préalable.

Un lieu éco-responsable sera donc loué et adapté à la configuration souhaitée.



Randonnée écolo en vélo à Paris

(Activité à thème recommandée à titre d'exemple, vous aurez le choix entre une vaste sélection correspondant à vos attentes)

Le vélo est un des moyens de transport le plus écologique qui soit ! L'éco mobilité est un enjeu important pour l'environnement et la santé de tous, notamment à Paris. Nombreuses sont les associations qui luttent pour mettre Paris au vert. La solution est de prendre son vélo, et ainsi éviter toute pollution. Un guide vous fera une visite à bicyclette, pour voir la ville autrement. Pour une sortie plus ludique, la randonnée sera ponctuée d'un quiz sur le développement durable dans Paris. Lors de cette journée, vous serez heureux d'avoir fait un geste pour la planète.



Déjeuner au vert

(Déjeuner recommandé à titre d'exemple, vous aurez le choix entre une vaste sélection correspondant à vos attentes)

Un restaurant sur le thème du recyclage vous ouvre sur 3 R : Réduire, Réutiliser et Recycler. Ainsi, une cuisine accessible à tous, dont certains plats végétariens et un espace est dédié aux animaux et à la biodiversité dans le quartier où vous êtes à Paris.



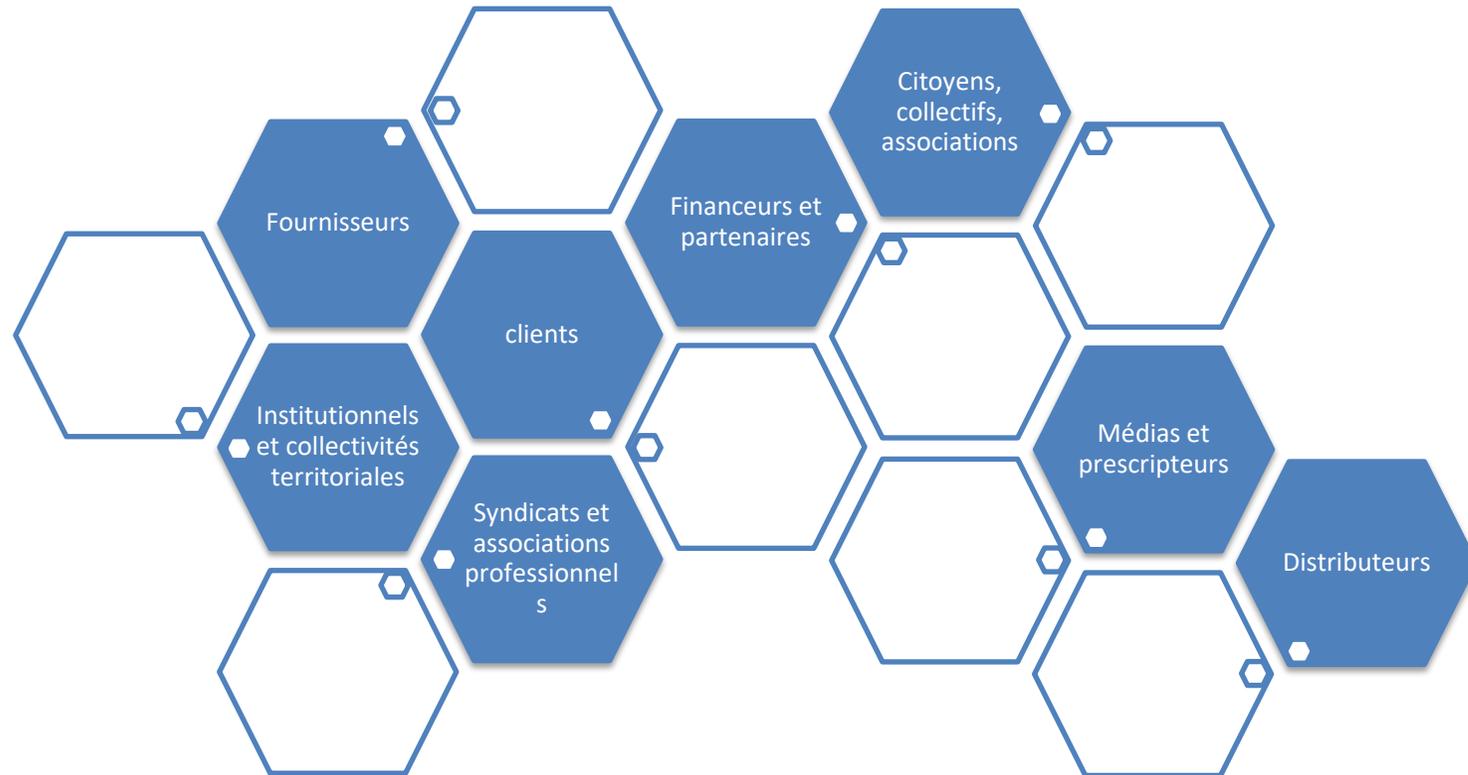
Atelier Récup'

(Activité recommandée à titre d'exemple, vous aurez le choix entre une vaste sélection correspondant à vos attentes)

Une association propose des ateliers de décoration à l'aide de produits non utilisés qui pourraient aller à la poubelle. Apprenez à faire des coussins, des sacs et plus encore ! Des encadrants vous aideront à réaliser vos projets.



Auprès de qui communiquer ?



Quels type de message ?

Posture du groupe vis-à-vis du DD, vision RSE

« Notre volonté est de croître en agissant pour les générations futures, tout en prenant soin de ses clients, en veillant au bien être des membres de son personnel, en soutenant des humanitaires et sociales, et en préservant le patrimoine immobilier et l'environnement. » - Martin's Hôtels

Engagements chiffrés du groupe

« Les engagements du Groupe pour 2020 : diminuer de 30% le gaspillage alimentaire » - ACCOR HOTELS

Action ou axe de travail

« Réaliser dans un premier temps, un état des lieux des quantités gaspillées dans les restaurants en imposant la pesée des produits alimentaires jetés dans les cuisines. Objectifs : évaluer les principaux poste de gaspillage et mettre en place un plan d'action adapté. » - ACCOR HOTELS

Preuves et faits :

« Privilégier le local - Croissants et pain BIO de la boulangerie parisienne « Moisan » située à 300m de l'hôtel. Jus de pomme de Normandie, confiture fraise ou abricot régionale, café ou thé issus du commerce équitable » - Solar Hôtel

Mesure de la performance, des actions :

« Les indices environnementaux obtenus par Eklo sont excellents comparés à la moyenne des hôtels engagés dans le dispositif. Les impacts liés à la consommation d'eau et à l'utilisation de ressources non renouvelables y sont inférieurs de 40% »

Sensibilisation clients

« Nous vous invitons à poursuivre nos actions lors de votre séjour au 21 Foch mais aussi de retour à la maison...Vous trouverez ci-dessous le top 10 des petits conseils, si simple à appliquer, vous permettant de limiter votre impact sur la dégradation de notre jolie planète...et aussi vous donnez bonne conscience ! »
Hôtel 21 Foch

Argumentation commerciale ou description de prestation en lien avec la RSE

« Pour venir à Rennes, le train est le moyen de transport idéal. Pour un trajet entre Paris et Rennes en seulement 1h25, votre voyage en TGV n'émet que 1,9g de CO2 par kilomètre, soit 100 fois moins que si vous preniez votre voiture, et 77 fois moins qu'en avion » Office de tourisme de Rennes



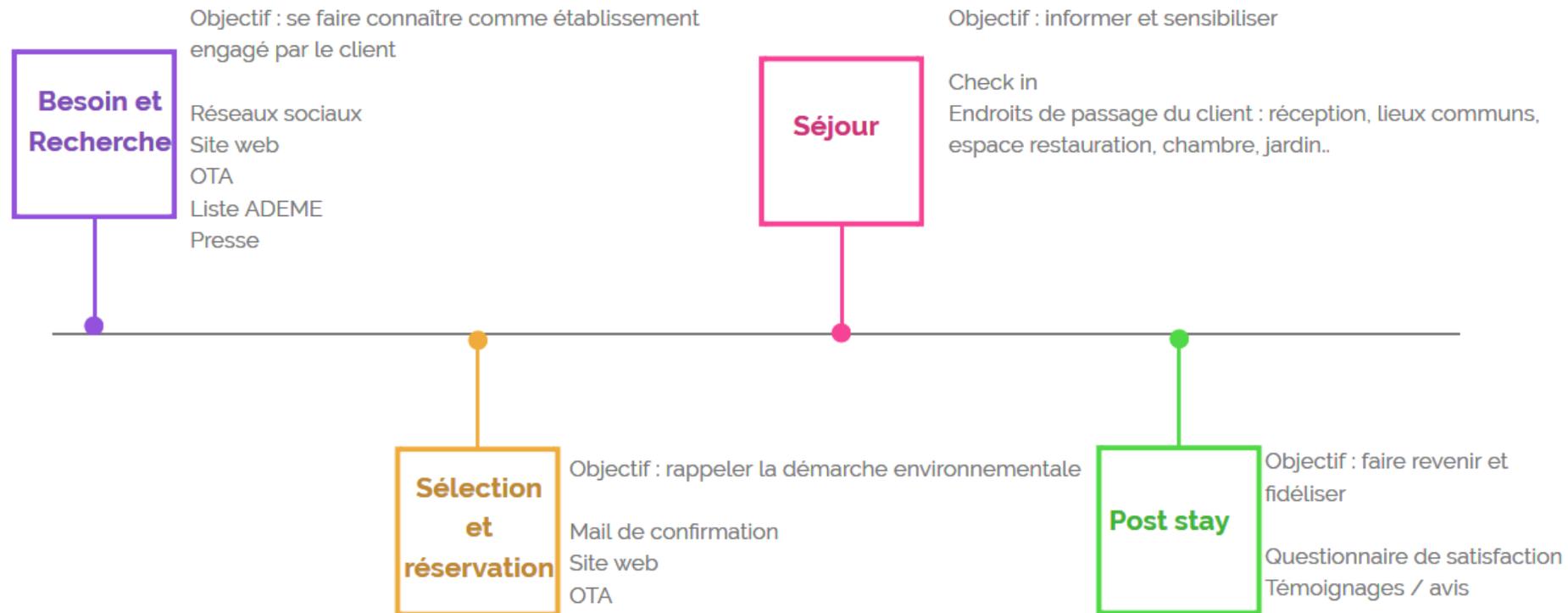
Quand communiquer ?



Quand communiquer ? Pensez parcours client !

PARCOURS CLIENT HÔTELLERIE

Communiquer son engagement environnemental tout au long du parcours client



Que communiquer ?



ENVIRONNEMENT : LES 10 HOTELS LES PLUS ECOLO DE FRANCE

Par CNEWS - Mis à jour le 18/07/2019 à 13:21
Publié le 13/07/2019 à 09:24

f t



[Solar Hôtel Paris]

Alors que l'impact environnemental de l'activité touristique fait actuellement débat et pose de nombreuses questions, comme en témoigne la mise en place par le gouvernement d'une écotaxe sur les billets d'avion d'ici à 2020, le parc hôtelier s'adapte, de son côté, au grand défi d'un tourisme plus responsable. Dans ce contexte, quels sont les dix hôtels les plus écolo de France ?



Une nouvelle récompense pour le Solar ! Ceci nous conforte dans notre démarche et nous pousse à aller encore plus loin ...
<http://www.solarhotel.fr/.../le-solar-hotel-obtient-la-plus-.../>



SOLARHOTEL.FR
Le Solar Hôtel obtient la plus haute note à l'affichage environnemental -

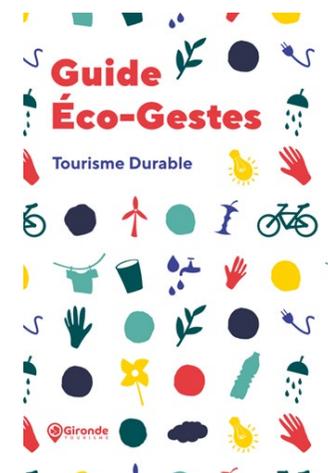


LES PALMES DU
TOURISME DURABLE



PLANÈTE BARRIÈRE

Rapport RSE
Resort Barrière La Baule



Le nudge marketing

« Le nudge marketing, ou marketing incitatif s'intéresse au comportement du consommateur. L'objectif est d'inciter un individu à agir d'une certaine manière, sans jamais chercher à le contraindre. »



Le nudge marketing

LeCoq-Gadby
UN MOMENT D'EXCEPTION

Pour plus d'informations sur notre démarche, Interrogez-nous !

Le jeu du Coq-Ethik

ARRIVÉE

1 - Je privilégie les transports en commun : train, bus, car, ou métro.
 2 - Je préfère la douche au bain : J'AVANCE D'UNE CASE.
 3 - LeCoq-Gadby récupère l'eau de pluie pour les toilettes et l'arrosage !
 4 - J'ai laissé la lumière et le chauffage allumés en quittant ma chambre : RETOUR À LA CASE DÉPART.
 5 - J'arna les constructions en bois, le luxe de la simplicité : ALLER À LA CASE 18.
 7 - Je profite d'une nuit dans la maison Ecolabellisé.
 8 - Jusqu'au petit déjeuner, LeCoq-Gadby respecte l'environnement.
 10 - Le Sommelier conseille des vins certifiés bio.
 11 - Je réclame des cerises en hiver : JE RECULE DE 2 CASES.
 12 - J'utilise des énergies renouvelables : JE VAIS À LA CASE 19.
 14 - A la table de Pierre Legrand, je savoure une cuisine saine et utile.
 15 - Je réclame des produits d'accueil : JE RECULE DE 2 CASES.
 16 - Halte à la surconsommation, j'accepte qu'on ne change mes draps et serviettes que tous les deux jours.
 17 - L'équipe de LeCoq-Gadby opte pour l'éco-mobilité.
 19 - Le toit de l'Hôtel Contrejouran est recouvert de panneaux solaires photovoltaïques et thermiques.
 20 - Je trie mes déchets : J'AVANCE DE 3 CASES.
 21 - isB... la gamme "maison" de cosmétiques écologiques et biologiques qui valorise les coproduits de pomme à cidre.
 22 - Plaisir détente au premier Spa conçu selon les principes du Développement Durable.

DÉPART

Pour monter les pions, les détacher de la feuille et plier les pattes.

PLIER

Pour monter le dé, le détacher de la feuille et plier tous les éléments entre eux. Bon jeu !

CASES 6, 9, 13, 18, 23 :
 Les engagements écologiques de LeCoq-Gadby

17 - L'équipe de LeCoq-Gadby opte pour l'éco-mobilité.
 19 - Le toit de l'Hôtel Contrejouran est recouvert de panneaux solaires photovoltaïques et thermiques.
 20 - Je trie mes déchets : J'AVANCE DE 3 CASES.
 21 - isB... la gamme "maison" de cosmétiques écologiques et biologiques qui valorise les coproduits de pomme à cidre.
 22 - Plaisir détente au premier Spa conçu selon les principes du Développement Durable.

10 - Le Sommelier conseille des vins certifiés bio.
 11 - Je réclame des cerises en hiver : JE RECULE DE 2 CASES.
 12 - J'utilise des énergies renouvelables : JE VAIS À LA CASE 19.
 14 - A la table de Pierre Legrand, je savoure une cuisine saine et utile.
 15 - Je réclame des produits d'accueil : JE RECULE DE 2 CASES.
 16 - Halte à la surconsommation, j'accepte qu'on ne change mes draps et serviettes que tous les deux jours.

5 - J'arna les constructions en bois, le luxe de la simplicité : ALLER À LA CASE 18.
 7 - Je profite d'une nuit dans la maison Ecolabellisé.
 8 - Jusqu'au petit déjeuner, LeCoq-Gadby respecte l'environnement.

1 - Je privilégie les transports en commun : train, bus, car, ou métro.
 2 - Je préfère la douche au bain : J'AVANCE D'UNE CASE.
 3 - LeCoq-Gadby récupère l'eau de pluie pour les toilettes et l'arrosage !
 4 - J'ai laissé la lumière et le chauffage allumés en quittant ma chambre : RETOUR À LA CASE DÉPART.

6 - LeCoq-Gadby privilégie les produits bio.
 9 - LeCoq-Gadby privilégie les produits responsables et de saison.
 13 - LeCoq-Gadby favorise l'achat de produits écologiques et responsables.
 18 - LeCoq-Gadby organise des moments de sensibilisation "verts".

23 - LeCoq-Gadby a choisi de trier tous ses déchets.
 22 - LeCoq-Gadby privilégie les produits responsables et de saison.

21 - isB... la gamme "maison" de cosmétiques écologiques et biologiques qui valorise les coproduits de pomme à cidre.
 20 - Je trie mes déchets : J'AVANCE DE 3 CASES.

19 - Le toit de l'Hôtel Contrejouran est recouvert de panneaux solaires photovoltaïques et thermiques.
 17 - L'équipe de LeCoq-Gadby opte pour l'éco-mobilité.

18 - LeCoq-Gadby organise des moments de sensibilisation "verts".
 16 - Halte à la surconsommation, j'accepte qu'on ne change mes draps et serviettes que tous les deux jours.

15 - Je réclame des produits d'accueil : JE RECULE DE 2 CASES.
 14 - A la table de Pierre Legrand, je savoure une cuisine saine et utile.

12 - J'utilise des énergies renouvelables : JE VAIS À LA CASE 19.
 11 - Je réclame des cerises en hiver : JE RECULE DE 2 CASES.

10 - Le Sommelier conseille des vins certifiés bio.
 9 - LeCoq-Gadby privilégie les produits responsables et de saison.

8 - Jusqu'au petit déjeuner, LeCoq-Gadby respecte l'environnement.
 7 - Je profite d'une nuit dans la maison Ecolabellisé.

5 - J'arna les constructions en bois, le luxe de la simplicité : ALLER À LA CASE 18.
 4 - J'ai laissé la lumière et le chauffage allumés en quittant ma chambre : RETOUR À LA CASE DÉPART.

3 - LeCoq-Gadby récupère l'eau de pluie pour les toilettes et l'arrosage !
 2 - Je préfère la douche au bain : J'AVANCE D'UNE CASE.

1 - Je privilégie les transports en commun : train, bus, car, ou métro.

Le nudge marketing



L'humour au service de la com' responsable



Conclusion

Anticiper c'est agir !

Quelles sont les actions clés pour anticiper au mieux les changements ?

1. **Profiter des aides et subventions existantes** pour remettre en question son mode de fonctionnement actuel et prioriser
2. **Travailler en réseau**, en mode collaboratif
3. **Identifier son risque** vis-à-vis de certaines ressources et **utiliser les 5 années à venir** pour réduire votre dépendance
4. Se positionner sur **l'évolution des attentes des clients et des parties prenantes**, cela va s'accélérer
5. **Anticiper les changements de consommation** subis ou volontaires (distance, alimentation, saison...)



Sustainable effect by **software**

Hubert Vendeville – Directeur Général

h.vendeville@betterfly-tourism.com

www.betterfly-tourism.com

