



COMPTE-RENDU REUNION EVALUATION ECOTOURISME

SABRES – LUNDI 6 NOVEMBRE 2017

ORDRE DU JOUR

Après dix ans d'animation de la démarche Ecotourisme Landes de Gascogne et afin de donner un nouvel horizon au réseau, nous avons souhaité lancer une évaluation de la démarche par un questionnaire et une réunion de restitution.

La réunion de restitution de cette évaluation a été l'occasion de vous présenter les résultats, faire un bilan avec vous sur son animation, ses engagements autour des 4 piliers du tourisme durable, les accompagnements du Parc, vos besoins, vos projets et les perspectives pour continuer à améliorer la démarche et à gagner en visibilité.

La réunion de restitution s'est déroulée en deux temps :

- Une présentation et un temps d'échanges sur les résultats de l'évaluation, son bilan et ses perspectives,
- Un atelier au choix afin d'échanger et réfléchir ensemble à des propositions d'évolution de la démarche :
 - Atelier 1 - Vers une charte d'engagement comme socle de la démarche
 - Atelier 2 - Comment améliorer la visibilité de l'offre écotourisme Landes de Gascogne ?

NOUS RETIENDRONS DES ECHANGES PENDANT LA REUNION D'ÉVALUATION

Des outils de communication à votre disposition mais peu connus : Carnet de bienvenue, kit de communication, site pro écotourisme, google drive.

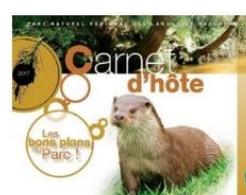
Les outils de communication sont présents sur le site pro <https://ecotourismepro.jimdo.com> qui a été réactualisé. Le kit de communication encore visible sur le site dans « boîte à outils » est encore à réactualiser.



Kit de communication à actualiser



Carnet de bienvenue



Carnet d'hôte



Site pro écotourisme



Google drive

- 25 réponses sur 60 prestataires engagés

ATELIER 1 - VERS UNE CHARTE D'ENGAGEMENT COMME SOCLE DE LA DEMARCHE

Rappel

Constats de l'évaluation :

- Des engagements d'hôte et environnementaux qui répondent à un besoin touristique actuel (le durable, l'expérience, l'humain)
- Des engagements à actualiser après 10 ans de démarche pour suivre l'évolution du tourisme durable
- Une démarche d'auto-évaluation des prestataires à actualiser et adapter

Objectifs de l'atelier :

- Actualiser les engagements durables

Déroulement



Onze participants, essentiellement hébergeurs (un gestionnaire de site), ont identifié les bases d'une évolution souhaitable des critères de la démarche Ecotourisme Landes de Gascogne.

Ils se sont appuyés sur l'analyse de documents de référence : la grille des critères de Ecotourisme Landes de Gascogne, la charte d'engagement en tourisme durable du pays Adour Landes Océanes...

La séance a permis de partager des remarques, des propositions et des questions.

Les remarques :

- Des critères toujours actuels mais à simplifier dans leur expression.
- Les fiches ADEME ne sont plus à jour.
- Pas d'exclusivité sur le bio pour l'alimentation : il est évidemment vertueux mais tout autant qu'un approvisionnement en circuit court local, auprès de producteurs locaux.

Les propositions :

- **Faire apparaître clairement la démarche de progrès** et les points d'amélioration associés dans le référentiel.
- **Elargir le champ des prestataires** potentiels à d'autres équipements que le bâti de caractère et la construction en pin maritime (cf en prérequis dans le référentiel actuel).
- **Rajouter des critères** de durabilité pour le mobilier : matériaux non émanant, privilégier le recyclage/restauration de meubles anciens...
- **Se doter d'indicateurs de consommation d'eau et d'énergie**, en lien avec la démarche de progrès
- **Exiger un niveau A+** pour l'acquisition d'électroménager.
- **Privilégier le recyclage** et les réparations en alternative à l'obsolescence programmée.
- **Privilégier l'électricité alternative** en démarche de progrès (type Enercoop).
- **Apporter des réponses adaptées** au changement climatique : gestion de la ressource en eau pour l'arrosage, choix d'essences et de végétaux adaptés...
- **Associer une liste de références** et de fournisseurs au référentiel.

ATELIER 2 - COMMENT AMELIORER LA VISIBILITE DE L'OFFRE ECOTOURISME LANDES DE GASCOGNE ?

Rappel

Constats de l'évaluation : Faible visibilité

- Des nombreux outils d'accompagnement Parc mais sous-exploités
- Communication des prestataires auprès des visiteurs via le discours mais peu de support de communication
- Une clientèle de plus en plus réceptive mais encore une forte résistance des comportements en vacances

Objectifs de l'atelier : Améliorer la visibilité de l'offre écotourisme

- Via le Parc et ses outils
- Via les prestataires engagés
- Via la communication externe

Déroulement



15 participants à l'atelier, essentiellement des hébergeurs, deux offices de tourisme et une collectivité.

Pré requis

Il a été noté tout au long de l'atelier l'importance de clarifier les termes utilisés et redéfinir qu'est-ce que le tourisme durable, l'écotourisme, tourisme solidaire etc. afin d'utiliser un champ lexical commun comme base de communication auprès du grand public.

Améliorer la visibilité de l'offre écotourisme "avant le séjour client"

- **Utiliser un langage commun** à tous les prestataires afin de véhiculer un message partagé, cohérent et une unité dans l'offre, les valeurs, et l'Esprit Ecotourisme Landes de Gascogne
- **Réactualiser les outils de communication Parc** : logo Ecotourisme, Kit de communication afin de rendre lisible et présenter la démarche sur le site internet et dans l'établissement. Le kit de communication va être réactualisé et sera bientôt disponible afin que vous puissiez rendre visible la démarche dans votre communication
- **Différencier son offre écotouristique** en amenant une plus-value distinctive par l'expérience écotouristique valorisant le terroir local, le fait-maison, le bio, les producteurs locaux, le patrimoine local (visite de l'airial) etc.
- **Communiquer sur la démarche écotourisme** dès le site internet pour présenter, valoriser et créer une expérience client attractive et différenciante par un langage simple et adapté valorisant le territoire, l'environnement, le partage et la rencontre
- **Inviter le visiteur à la rencontre** en humanisant le discours, la relation. Se présenter auprès du visiteur en racontant son histoire, sa personnalité pour toucher le visiteur, rendre sympathique, susciter de l'intérêt et donner envie à la rencontre. Le visiteur en lisant votre page internet se projette déjà chez vous, il ne vient

plus uniquement pour votre offre mais également pour vous rencontrer et partager une expérience enrichissante et authentique.

Améliorer la visibilité de l'offre écotourisme "pendant le séjour client"

- **Informez le visiteur des actualités du territoire** par une newsletter réalisée par le Parc envoyée en amont du séjour (une newsletter mensuelle au printemps et une newsletter hebdomadaire envoyée plusieurs jours avant l'arrivée)
- **Utiliser un langage commun** pendant le séjour en sensibilisant sur le territoire, l'environnement et votre démarche écotourisme
- **Utiliser des supports de communication** pour sensibiliser le visiteur à l'écotourisme et à vos actions, une alternative pour pallier au manque parfois de disponibilité pour informer et sensibiliser à la démarche, ressorti dans l'évaluation

Améliorer la visibilité de l'offre écotourisme "après le séjour client"

- **Importance de travailler en réseau** pour faciliter les échanges entre prestataires, offices de tourisme et Parc, développer la visibilité de l'offre, informer et être informés des actualités de chacun :
 - Les prestataires informent leur office de tourisme et le Parc d'une offre spécifique à un instant T (ex : confiture d'arbose prêt pour les petits déj)
 - Les offices de tourisme relayent à leurs fans sur les réseaux sociaux des informations transmises par les prestataires par une approche écotourisme (ex : ouverture d'un restaurant vegan)
 - Le Parc publie sa newsletter en amont pour permettre aux prestataires de la relayer par mail aux visiteurs à venir
 - Les prestataires relaient l'informations transmises par les offices de tourisme sur leurs propres réseaux sociaux
- **Profiter des réseaux sociaux** pour communiquer avec les visiteurs, les informer des nouveautés et les fidéliser
- **Intérêt de maîtriser son image sur les sites d'avis** en ligne comme tripadvisor, en suivant les avis, répondant aux demandes ou plaintes et en devenant [ÉcoLeader](#)
- **Créer une base de données clients qualifiés** afin de mieux connaître les clientèles, les suivre et développer l'effet réseau en partageant les informations entre territoire pour inciter le visiteur à découvrir tout le territoire.

OUTILS ET ACCOMPAGNEMENTS PARC

Le site pro <https://ecotourismepro.jimdo.com> va continuer à s'améliorer pour vous permettre de prendre connaissance des outils Parc, des formations et rencontres proposées et également une Boite à outils pour mieux connaître et vulgariser l'écotourisme. Pour rappel, dans la rubrique « rencontres écotourisme », retrouvez les présentations présentées en réunion et rangées par thématiques : rencontres annuelles, écocertification, marketing etc.

Pierre Louis Le Cabellec continuera à intervenir sur le programme d'animation du territoire mais en sa qualité d'entreprise. Il sera en effet mandaté par le Parc comme intervenant spécialisé dans la mise en œuvre des stratégies numériques de promotion de l'écotourisme de chacun.

Nous avons noté lors de l'atelier 2 la volonté de mieux connaître et animer les différents réseaux sociaux et sites d'avis en ligne : Facebook, Instagram, Tripadvisor

A NOTER

Comme nous vous l'avons présenté en fin de réunion, dans le cadre du projet « Pour une Ecodestination exemplaire en Nouvelle Aquitaine » lancé par le Parc, les communautés de communes et les offices de tourisme, nous avons lancé un travail sur la Promesse Client.

L'ambition de ce projet est de proposer un tourisme plus proche des valeurs patrimoniales et humaines du territoire, plus respectueux de l'environnement, plus accessible, en connivence avec les aspirations des clientèles sensibles à l'écotourisme dans le but de générer une valeur ajoutée pour l'offre touristique locale au sein des destinations qui composent le territoire de projets. Mais les valeurs du territoire tout comme l'engagement en écotourisme des acteurs locaux restent insuffisamment valorisés. Ce manque de visibilité, aux ressorts multiples, est l'un des principaux freins cités par les clientèles sensibles au tourisme durable.

Nous avons confié à un spécialiste du marketing, le cabinet "Schémas", dirigé par Pierre-Christophe Adrian, la mission de nous accompagner pour la définition et la mise en œuvre de la promesse client Ecodestination par les acteurs du territoire.

Cette mission se déroule dans un cadre collectif réunissant une vingtaine de participants (représentants des offices de tourisme, de collectivités, du Parc, et des prestataires engagés dans la démarche Ecotourisme Landes de Gascogne représentatif de l'offre du territoire), qui sont à la fois témoins et ressources, coproducteurs, et bénéficiaires opérationnels du travail généré.

La mission combine expertise et formation action auprès du groupe témoin, durant toutes les phases de la mission qui se déroule de décembre 2017 à février 2018.