

15h30 à 16h > DES CHEVILLES OUVRIERES, reliées pour fédérer, un impératif de changement ?

Certes, il y a les décidés de la première heure. Mais emmener des territoires, des prestataires, des voyageurs vers des pratiques différentes nécessite de se rassembler, d'informer, de former, de challenger, de relier, de transmettre, d'inspirer, de bousculer, de récompenser, de labelliser, d'accompagner sans relâche. La parole à des militants du tourisme durable.

Anne-Lise OLIVIER (remplacée par Juliette Ruel) - membre du réseau Acteurs du Tourisme Durable (ATD) – créé en 2011 - France

Cédric MAILLAERT (remplacé par François Struzik) - développeur touristique pour la société « Hike Up » - membre d'ATD (Namur)

Marie SPAEY - chargée du label (hébergements, lieux d'évènements, attractions) « Clé Verte / Green Key » - IEW

Intervention n°1 : Acteurs du Tourisme Durable - ATD (France)

Juliette Ruel, animatrice de l'association ATD (Acteurs du Tourisme Durable).

Présentation de l'intervenante :

Contact :

Madame Juliette Ruel a réalisé un Master de Management du Tourisme avec une spécialité en « Hospitality management ». Ses expériences de voyage, son mémoire de fin d'étude sur le développement touristique fluvial, ainsi que son intérêt pour la préservation des patrimoines culturels et naturels, ont forgé sa sensibilité pour le tourisme durable.

Elle a rejoint l'équipe en octobre 2019 et s'occupe notamment de l'animation du réseau, la communication, et des missions liées à l'événementiel et de la coordination de projet.

Qui est ATD ?

ATD ou Acteurs du Tourisme Durable¹ est un réseau de professionnels engagés pour un tourisme plus responsable. Il est le 1^{er} réseau de professionnels engagés pour un tourisme durable. Il fut créé en 2011 par un noyau de journalistes. Le fondateur était Mathieu Duchêne. Il rassemble aujourd'hui **plus de 200 membres actifs qui sont des organisations. Parmi ceux-ci, quelques-uns sont belges.**

L'ADN d'ATD ?

ATD pense que le tourisme tel qu'il existe aujourd'hui doit **se réinventer !**

Avec une prévision de 2 milliards de touristes internationaux d'ici 2030, il est important dès aujourd'hui de **responsabiliser chaque acteur du secteur touristique.**

ATD a pour vocation **d'accompagner** tout le secteur dans cette transition et le **pousser** vers des pratiques plus durables.

La mission N°1 est de multiplier les synergies pour trouver des solutions durables pour l'avenir et faire vivre les professionnels du tourisme.

¹ <https://www.tourisme-durable.org/>

Pour cela, il s'agit de :

1. de **fédérer l'ensemble du secteur touristique et de favoriser les interactions** dans le sens d'un progrès durable ;
2. **d'informer les professionnels sur les bonnes pratiques** à adopter afin de faire évoluer l'ensemble du secteur vers des pratiques plus responsables ;
3. de **promouvoir le tourisme durable, valoriser et récompenser les professionnels** mettant en place des moyens qui tendent vers un tourisme plus durable ;
4. de **former les professionnels à l'importance d'intégrer des comportements** visant à faire évoluer le tourisme durablement ;
5. de **représenter les acteurs du tourisme durable auprès des instances professionnelles** et institutionnelles ou encore auprès des médias afin de les crédibiliser.

C'est un réseau national avec quelques membres en Belgique.

On compte plus de 200 organisations membres², issus de tous les métiers de la chaîne touristique. Les professionnels faisant partie de ce réseau sont : 4 collèges (les territoires et destinations), les producteurs et distributeurs (agences de voyage), les réceptifs (les hébergeurs, ...), les services aux entreprises (consulting, médias, écoles).

Les membres belges sont : Pro vélo, Hike Up, Railtrip.travel, Greentripper, Wallonie travel, Le Forem/centre de compétence.

Les actions durant l'année :

Pour répondre à ces différentes missions, ATD mène différentes actions tout au long de l'année, comme :

1. **Les Universités du Tourisme Durable³ (événement phare)** : chaque année, **2 jours de rencontres, pour les professionnels membres ou non**, organisées autour des enjeux du tourisme durable (conférences, ateliers, partage d'expériences ou encore de réseautage). Un vrai moment d'échanges ;
2. **Les Trophées Horizons⁴ font suite aux Palmes du Tourisme Durable (2017-2020)**. Il s'agit de **récompenser les initiatives les plus remarquables, inspirantes, innovantes et duplicables en matière de tourisme durable**. Ces récompenses sont attribuées sur base des 12 enjeux du tourisme durable (*mobilités, organisation responsable, maîtrise de l'énergie, ancrage local, alimentation durable, économie circulaire & gestion des déchets, tourisme pour tous, gestion responsable des flux touristiques, adaptation au changement climatique & résilience, tourisme de proximité (catégorie de l'année), préservation de la biodiversité & des ressources naturelles, jeune pousse*). Elles ont pour but de faire résonner les projets à impact positif et d'inspirer les autres acteurs touristiques;
3. **Les Meet-up⁵ et Web-café**s. Dans le premier des cas, il s'agit de **soirées organisées partout en France en vue de rencontrer les acteurs du territoire et**

² <https://www.tourisme-durable.org/les-membres/liste-des-membres>

³ <https://www.tourisme-durable.org/universites-du-tourisme-durable>

⁴ <https://www.trophees-horizons.org/>

⁵ <https://www.tourisme-durable.org/meet-up-tourisme-durable>

curieux des enjeux liés au tourisme durable. La pandémie a conduit au développement des Web-cafés. Il s'agit de créer un temps d'échange et partage d'expériences entre membres sur des problématiques communes. Quelques exemples de Web-cafés : *le tourisme accessible, construire une démarche RSE pour les hébergements, le tourisme équitable, développer son réseau local et mettre en place des pratiques communes durables, bonnes pratiques des hébergements, le numérique comme enjeu du tourisme durable, événements et transition environnementale, formation et accompagnement dans ses démarches de tourisme durable, les mobilités alternatives à la voiture vers et dans la destination, spécial train !*

4. **Les TD Labs⁶ sont des groupes de travail entre professionnels** échangeant autour des problématiques communes afin de trouver des pistes d'amélioration. Ces travaux font **l'objet d'une publication par an. 2 publications à ce jour téléchargeables gratuitement sur le site** : le livre blanc du tourisme durable et climat (bonnes pratiques et projets y apparaissent également) et le livre des 10 grands indicateurs de performance d'une destination.

[ATD est un réseau grandissant qui affirme sa militance et son rôle d'influence.](#)

Plus de 75 membres recrutés en 2021, plus de 30 nouveaux membres sont déjà recensés en 2022. Certains sont engagés depuis le début, d'autres débutants.

Avec ce réseau grandissant, ATD devient plus militant. ATD est également de plus en plus consulté par les autorités. Son influence est grandissante.

C'est ainsi qu'ATD a défini une charte d'engagement⁷. Les membres d'ADT doivent signer et respecter cette charte d'engagement.

Fort de ces membres grandissants, ATD demande aux décideurs d'impulser ce plan de transformation dont les propositions couvrent 4 axes :

- une sobriété en carbone et la préservation de l'environnement,
- une entraide et une justice sociale entre les membres,
- des retombées économiques locales,
- pratiquer un tourisme de sens .

La militance s'affirme également via les intervenants vraiment engagés invités lors des Universités.

[D'autres réseaux existent](#)

C'est le cas notamment de [Tourisme-durable.org](#) au Québec.

[Pour suivre ATD, il est possible de s'abonner à la Newsletter et via Facebook.](#)

⁶ <https://www.tourisme-durable.org/actualites-et-evenements/evenements/item/1032-td-lab-tourisme-et-climat-1>

⁷ <https://www.tourisme-durable.org/actus/item/1188-une-nouvelle-charte-d-engagement-pour-les-membres-atd>

Intervention n°2 : La société Hike Up

François Struzik, co-fondateur, développeur touristique pour la société « Hike Up » - membre d'ATD (Namur)

En introduction :

Contact : francois@hikeup.be

HIKE UP, c'est l'histoire de deux anciens collègues passionnés de tourisme qui ont décidé de lancer un projet ensemble. En 2019, **Monsieur François Struzik** et son collègue Cédric Maillaert créent leur agence de dynamisation touristique axée sur le tourisme durable. Ils développent des produits touristiques directement à l'usage du voyageur sous forme de guides comme par exemple des voyages à vélo, des randonnées, des vacances sans voiture, des activités de pleine nature ou nautiques.

Leur devise : "l'aventure commence en bas de chez soi". Ils sont persuadés qu'il ne faut pas toujours partir loin pour être dépaysé !

Qui est HIKE UP ⁸?

Hike Up est une entreprise privée à la différence de nombre d'intervenants présentés cet après-midi. Hike Up est membre d'ATD. L'entreprise fut fondée en 2019 par deux anciens collègues, François Struzik et Cédric Maillaert.

Pourquoi ce projet ?

Collègues dans un échevinat, ils ont pris conscience qu'il y avait souvent une **volonté des acteurs institutionnels d'aller vers du tourisme durable mais sans ressource en interne pour porter cette transition**. L'idée est à donc germer de répondre à la demande de ces territoires ou maisons de tourisme via un service de conception de produits indépendant.

Quelles sont les particularités de l'entreprise ? Pour qui travaille cette entreprise ?

Elle est principalement axée sur le **tourisme durable**.

Elle élabore des **produits touristiques** allant en ce sens.

Elle accompagne des **maisons du tourisme, Wallonie ... , des petits BNB, des chaînes d'hôtel vers la transition**.

Hike up n'est pas une boîte de consultance qui va délivrer des recommandations. Elle produit des **choses concrètes**, directement utilisable par le visiteur. L'entreprise est orientée visiteur aussi tous **les produits sont testés sur le terrain par les concepteurs**. Se mettre dans la peau du visiteur, sur place, est jugé essentiel. A chaque étape, il s'agit d'envisager comment le visiteur va vivre cette expérience et comment faire en sorte que tout se passe dans les meilleures conditions (rejoindre ou revenir au point de départ, se loger, ...).

⁸ <https://www.hikeup.be/>

Une spécialité l'itinérance douce

Les émissions de CO₂ liées aux déplacements touristiques sont sources de nuisances. L'itinérance douce permet de pallier à cela puisqu'elle permet de **faire le voyage, d'aller de lieu en lieu, là où la prestation n'est pas délocalisable sans émettre de CO₂ lié au déplacement**. Ce type d'itinérance privilégie, en ce sens également, l'usage complémentaire des transports en commun. Partir de chez soi pour rejoindre le lieu de départ est encouragé.

Ce type de vacances **profitent également directement aux territoires traversés**. Le visiteur consomme sur son trajet.

Hike Up travaille avec d'autres.

En effet, Hike Up est membre des Acteurs du Tourisme Durable (ATD). Elle collabore avec « Bienvenue vélo » et « Clé Verte » également.

Hike Up se veut très attentif à ce que les hébergements mis en avant, même s'ils ne sont pas labellisés, soient soucieux de s'inscrire dans une démarche durable.

« L'Echappée Transwallonne⁹ », premier produit phare répondant à une réelle demande !

En 2019, dans le cadre du lancement de l'entreprise, les deux collègues décident de créer un voyage à vélo « L'Echappée Transwallonne » intégrant au maximum les contingences du tourisme durable (le road-book suggère 26 hébergements labellisés « Bienvenue vélo », « Bed & Bike » ou « Clef verte » entre autres, 65 points d'intérêts et 38 restaurants ou cafés-vélos s'inscrivant dans une démarche eco-friendly grâce à de la cuisine bio ou avec des produits du terroir). L'itinéraire balisé couvre 430 km réalisable en vélo en 8 jours et traversant l'Est de la Wallonie avec des incursions dans les pays limitrophes.

Distribuée à quelques amis au départ, cette randonnée est publiée actuellement chez Racine et dépassé actuellement les plus de 2000 exemplaires vendus. **Cet engouement témoigne de l'intérêt croissant d'un public pour visiter son propre pays, pour prendre le vélo, pour faire un voyage qui a du sens, qui est amusant aussi.**

Les produits développés dont celui-ci s'appuient sur ce qui existe déjà (réseau de pistes cyclables, Ravel, ...)

Un petit nouveau va sortir pour le printemps 2022 : « L'Echappée à vélo le long des canaux et des rivières ». Il concerne davantage l'ouest de la Belgique (Courtrai, Tournai, Mons, Bruxelles, Charleroi).

Des produits sont développés pour des clients, petits et grands.

- **La commune de Wahlain ne dispose pas d'atouts significatifs.** Le travail d'Hike Up consiste à investiguer ce qui est valorisable dans un territoire (producteurs locaux, chemins, ...), de mettre tout cela en musique, d'emballer cela par un graphisme de qualité (attrayant et facilement utilisable).
- **En 2019, à la demande du WBT (Wallonie Belgique Tourisme - Visit Wallonia)**, en lien avec Railtrip Travel¹⁰ (membre aussi d'ATD), Hike Up a travaillé à la mise en place d'un

⁹ <https://www.hikeup.be/echappee/>

¹⁰ <https://railtrip.travel/>

voyage de 15 jours à pied ou en vélo en s'aidant des transports en commun principalement du chemin de fer, pour se déplacer en famille. Un second projet s'appuyant sur d'autres lignes de chemin de fer est en préparation. Ce dernier passera par Trois-Ponts !

- **Les auberges de jeunesse** ont également fait appel à Hike Up pour relier leurs différents sites via une itinérance douce accessible aux familles (pied, vélo, transports en commun) : Hicycle Tour et Hiking Tour. Concrètement, ce parcours était disponible via un guide de voyage disponible dans chaque auberge.
- **La chaîne d'hôtels « Martin's »** (implantée en Flandre et dans le Brabant wallon) a fait appel à Hike Up pour développer une offre d'itinérance douce entre ses hôtels et alentours.
- **La commune de Courcelles (Charleroi) souhaite se positionner en terme touristique.** Elle dispose de quelques atouts difficilement valorisables en mode doux car les voies de communication lente (Ravel, ...) évite Courcelles. Le rôle de Hike Up est de créer des liaisons avec ces voies existantes, profitant ainsi aux habitants et commerces locaux.
- **La maison du tourisme « Le Pays des lacs »** est en train de réaliser une grande traversée équestre de la forêt de Chimay. Les itinéraires envisagés sont alors proposés à Hike Up qui va vérifier la faisabilité (parking mort pour le van, logement pour les chevaux et accompagnement, ...) afin que cette traversée profite réellement à des utilisateurs. Un projet similaire est en préparation, mais pour le vélo, en Wallonie picarde.

L'importance d'une communication crédible et authentique

Hike Up accorde une grande importance à l'emballage graphique de ses produits.

La crédibilité et l'authenticité des images qui valorisent le produits sont primordiales pour toucher le visiteur. Il faut adapter ses visuels aux produits et à l'émetteur (variable en fonction du public cible).

Chaque fois, Hike Up accompagne ses clients en générant pour ces derniers des images et une identité graphique qui seront mis en place sur leur site internet et leurs supports promotionnels par la suite.

Intervention 3 : Le Label Clef-verte / Green Key

Marie SPAEY - Anthropologue et écoconseillère, chargée de mission Tourisme durable à Inter-Environnement Wallonie (IEW)

Test avec la salle : Qui connaît le label Clef Verte ? nombreuses réponses positives

Le label Clef Verte est un outil à destination des hébergeurs

Ce label international¹¹ permet

- de mesurer et gérer leurs impacts,
- de valoriser les établissements qui développent une démarche d'hébergement durable en rendant leur offre durable plus visible.

¹¹ <https://www.greenkey.global/>

3600 établissements dans le monde pour 60 pays.

Concrètement, les hébergeurs sont valorisés et poussés à s'améliorer grâce à un set de critères bien adaptés touchant à tous les aspects de l'activité d'hébergement touristique.

Un état des lieux est effectué sur base d'une grille de critères. Cette dernière fut élaborée de manière participative au niveau **international**. **Un tronc commun** est donc partagé entre tous les pays où le label est mis en œuvre.

Seuls 20% de ces critères peuvent faire l'objet d'une modification. Ce travail d'adaptation ne peut s'envisager que dans le sens d'une amélioration. En Belgique, cela se fait en lien avec des associations environnementales, des représentants des secteurs concernés, l'administration, etc.

Au final, la volonté est d'obtenir **un set de critères bien adapté aux potentiels des acteurs**, des opérateurs touristiques (les enjeux environnementaux, les technologies disponibles, ...). Ce set de critère est **calibré au mieux pour reconnaître et valoriser leurs efforts tout en les poussant vers l'amélioration qui est le but.**

Cet état des lieux comprend **deux phases** :

- **une autoévaluation qui se veut avoir un caractère éducatif,**
- **un audit sur site**

Les critères sont répartis en 12 thématiques.



Ils touchent à tous les aspects de l'activité d'hébergement comme la gestion de l'eau, de l'énergie, l'entretien du lieu, l'alimentation, l'environnement intérieur, le recyclage ou encore la gestion administrative, la mobilité, la construction, Cela se veut très englobant. Des critères en matière de participation et de responsabilité sociétale sont également présents.

Comment le Label apprend-t-il à gérer les impacts ?

- Le Label propose un accompagnement individuel ou collectif. Le travail en Wallonie se fait avec beaucoup de petites structures. Le label clef verte a jugé profitable d'encourager l'interaction entre ces acteurs afin qu'ils puissent partager leurs bonnes pratiques. **Le label joue donc un rôle de mise en réseau.**
- Le label propose également des **outils comme des formations** pour approfondir certains thèmes : la biodiversité, IEW est une fédération. Elle peut s'appuyer sur ses membres pour accompagner les acteurs du tourisme au mieux. (Natagora/biodiversité, Ecoconso/produits d'entretien, ...).
- **Un auditeur spécialisé** guide les acteurs également.

Comment le Label propose-t-il aux structures d'être valorisées ?

Pour permettre aux structures d'être valorisées, plusieurs moyens sont mis en place pour les promouvoir :

- l'auditeur,
- les communiqués de presse,
- le site internet,
- les réseaux sociaux,
- les écochèques,
- les partenariats (notamment le festival Lasemo¹² où des labelisés sont mis en avant)

Quelle est l'histoire de ce label ?

Avant de devenir le label que l'on connaît, Green Key fut d'abord un programme environnemental **né en 1994 (20 ans) au Danemark** à l'initiative du secteur hôtelier. Il s'inspire de l'expérience Pavillon bleu, créé en 1985.

Dès 1999, il s'est ensuite internationalisé même s'il reste davantage développé en Europe. **A ce niveau, il est géré par une fondation, la FEE (Fédération pour l'Education et l'Environnement).**

En Wallonie et dans la partie francophone de Bruxelles, Inter-Environnement Wallonie¹³ se charge de son développement.

- Le **CGT** soutient le label depuis 2015.
- Les partenariats sont fortement valorisés :
 - Les **collaborations sont nombreuses** : L'Association francophone des Auberges de Jeunesse en Belgique (LAJ), la Fédération des Gîtes de Wallonie, Accueil Champêtre en Wallonie, Ecoconso, Fostplus,
 - La maison du tourisme de la **province du Brabant Wallon soutient** le projet depuis 2021 en payant la cotisation des candidats. Le souhait est de développer cela plus largement.
 - **Les collaborations avec des projets d'itinérance douce sont recherchées.** Voir exposé de la société Hike Up.

La Belgique est bien positionnée !

267 hébergements sont labellisés : 44 à Bruxelles (beaucoup de grands hôtels), 139 en Flandre (débuté plus tôt) et 84 en Wallonie (60% sont des hébergements du terroir - quelques pertes suite à la crise du Covid). Le défi est vraiment de labéliser les petites structures.

¹² <https://www.ecoconso.be/fr/content/lasemo-est-le-premier-festival-au-monde-labellise-cle-verte>