

Manuel de gestion environnementale

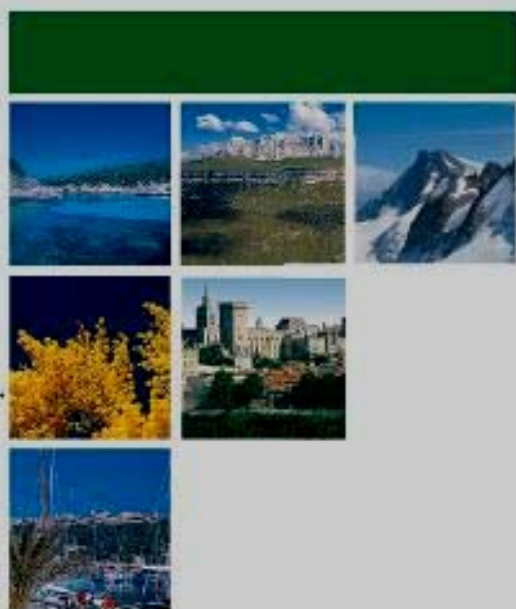
en vie

environnement

PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR CORSE

Écoguide

Hôtels, restaurants, hôtels de plein air,
structures d'accueil touristique



Hôtels, restaurants, hôtels de plein air, structures d'accueil touristique

Écoguide

Sommaire

3 AVANT-PROPOS

4 GUIDE DE L'UTILISATEUR

5 LES ENJEUX

7 LA DÉMARCHE DE GESTION ENVIRONNEMENTALE

7 *Un cercle vertueux*

10 *Auto-évaluation*

12 *Les acteurs de la démarche*

Le chef d'établissement et son équipe
Les clients
Les fournisseurs (de biens et de services)

14 *Appui technique*

15 *Indicateurs de suivi et de mesure des résultats*

19 LES ACTIONS ENVIRONNEMENTALES DANS L'ENTREPRISE

20 DIRECTION

- 20 > Gestion des déchets
- 22 > Réduction des nuisances

24 CUISINE

- 24 > Économat
- 28 > Production culinaire
- 31 > Plonge

32 SALLE DE RESTAURANT & BAR

- 32 > Tous services
- 34 > Service en salle
- 34 > Bar

35 ÉTAGES & CHAMBRES

- 35 > Activité de gouvernante
- 38 > Entretien des chambres et appartements
- 38 > Lingerie

39 RÉCEPTION & ADMINISTRATION

- 39 > Réception de clients
- 40 > Administration

41 ENTRETIEN ET GESTION DES BÂTIMENTS

- 41 > Intégration paysagère
- 42 > Assainissement des eaux usées
- 43 > Éclairage
- 44 > Gestion automatisée
- 45 > Chauffage et climatisation des locaux
- 46 > Équipements sanitaires
- 47 > Blanchisserie
- 48 > Froid et environnement
- 49 > Eau chaude sanitaire

53 ESPACES VERTS

- 53 > Entretien des espaces verts

55 CONSTRUCTION & RÉNOVATION DE BÂTIMENTS

- 55 > Démarche de Haute Qualité Environnementale

57 PISCINE

- 57 > Exploitation et conception

59 ACCUEIL EN CAMPING

- 59 > Gestion des déchets
- 61 > Libre service, épicerie
- 62 > Sanitaires collectifs
- 63 > Accueil en hébergement locatif
- 64 > Aménagement paysager du camping

65 ACCUEIL EN RÉSIDENCE DE TOURISME

- 65 > Gestion des déchets
- 66 > Équipement des appartements

67 LA VALORISATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE LA DÉMARCHE

68 *Communiquer envers sa clientèle et ses partenaires commerciaux*

69 *Faire reconnaître ses efforts*

72 *Mettre son énergie au service d'actions locales de préservation de l'environnement*

73 *Vers un tourisme durable*

74 CONTACTS UTILES

Avant-propos

Ayez le réflexe “Écoguide”



Le tourisme est une composante incontournable de l'économie de nos régions Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse, d'autant

plus qu'il est, de nos jours, un des rares secteurs créateurs d'emplois.

Aussi, assurer à long terme le développement de cette activité impose aux professionnels d'être vigilants.

Il leur faut à la fois répondre aux attentes des tour-opérateurs et des consommateurs, prendre garde à la préservation des sites et des ressources naturelles, fonds de commerce de l'activité touristique, le tout sans perdre de vue une bonne gestion de leurs entreprises, hôtels, restaurants, campings, résidences de tourisme, centres d'accueil de loisirs...

Certaines destinations touristiques concurrentes de Provence-Alpes-côte d'Azur et de Corse, intègrent déjà la notion d'environnement dans leur politique de gestion : préservation des ressources naturelles comme l'eau, économies d'énergie, gestion des déchets et intégration paysagère notamment.

Pour guider les professionnels et les soutenir dans les démarches environnementales, les Chambres de commerce et d'industrie de Provence Alpes Côte d'Azur Corse ont élaboré le projet de les sensibiliser sur ces enjeux, de les conseiller et de les former sur les mesures à prendre au sein de leurs établissements. Elles se sont appuyées sur les compétences complémentaires de leurs partenaires institutionnels, la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur et la délégation régionale de l'Ademe, l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie.

La réalisation de ce manuel de gestion environnementale fait partie de la panoplie des outils proposés. Conçu sur la base d'informations techniques thématiques et pratiques, il a pour but de faciliter la prise en compte de l'environnement dans chacune des tâches et chacun des métiers de l'hôtellerie, de la restauration et de l'hôtellerie de plein air.

Faites-en usage et ayez le réflexe “ Écoguide ”, car prendre l'initiative de l'environnement aujourd'hui, c'est édifier le développement social, humain et économique de demain.

Dominique POGGI

Président de la Chambre régionale de commerce et d'industrie Provence Alpes Côte d'Azur Corse



Il ne s'agit pas de croire, ou de continuer à croire à une quelconque démarche idéologique, mais bien de s'inscrire dans une logique de sauvegarde du fondement même du tourisme : accueillir en respectant, en préservant et en protégeant la beauté naturelle de nos sites et les valeurs culturelles de notre patrimoine.

Jean-Pierre GHIRIBELLI

Président de la Commission tourisme de la Chambre régionale de commerce et d'industrie Provence Alpes Côte d'Azur Corse



Pour les activités touristiques, l'environnement n'est pas seulement une question de conviction, c'est une question de bon sens économique et de compétitivité des entreprises. Rester en retrait de ces démarches pourra rapidement s'avérer préjudiciable vis à vis de la concurrence et de l'évolution des marchés.

Jacques LOISEAU

Président de la Commission environnement de la Chambre régionale de commerce et d'industrie Provence Alpes Côte d'Azur Corse

Guide de l'utilisateur

> A quoi sert cet Écoguide ?

Cet ouvrage est un manuel de gestion environnementale.

Il présente :

- **La méthode à suivre** pour démarrer, mettre en œuvre et pérenniser une démarche environnementale dans un hôtel, un restaurant, un camping, une résidence de tourisme ou une structure d'accueil touristique en général.
- **Les actions possibles, les gestes simples, les conseils et les exemples** pour mieux préserver l'environnement, tout en faisant des économies, en motivant son équipe et en améliorant la satisfaction de sa clientèle.

> A qui est destiné cet Écoguide ?

Il est d'abord destiné au chef d'établissement. Cet ouvrage a aussi été conçu pour circuler et être utilisé par les différentes équipes de l'établissement : cuisine, étages, maintenance...

Chaque membre de l'entreprise y trouvera les actions qu'il peut mener dans sa propre activité : les conseils et préconisations sont ciblés.

Le chef d'établissement pourra " distribuer " les différentes parties aux personnes concernées, ce qui facilitera la diffusion des informations (et des bonnes pratiques à appliquer) au sein des équipes.

> Que contient cet Écoguide ?

Dans chacune de ces parties vous trouverez des réponses aux questions suivantes :

Partie I

LES ENJEUX

Pourquoi est-il aujourd'hui important d'adopter une démarche visant à préserver et valoriser l'environnement ?

Partie II

LA DÉMARCHE DE GESTION ENVIRONNEMENTALE

Comment s'organise cette démarche ?

Comment évaluer les progrès accomplis ?

Partie III

LES ACTIONS ENVIRONNEMENTALES DANS L'ENTREPRISE

Que puis-je faire concrètement dans mon entreprise ?

Partie IV

LA VALORISATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE LA DÉMARCHE

Comment doper l'image de son entreprise grâce à ses initiatives environnementales ? Que faire " en dehors " de son établissement, sur son territoire ?

Partie V

CONTACTS UTILES

Quels sont les sources d'information utiles et les organismes compétents ?

Signification des pictogrammes



Des exemples variés parfois astucieux pour enrichir son plan d'actions.



Exemples concrets d'actions environnementales générant des économies.



Points sur lesquels une attention très particulière devra être portée.



Synthèse des exigences légales et informations générales d'ordre réglementaire en rapport avec la préservation de l'environnement.



Des informations pour mieux s'y retrouver : des définitions, des contacts utiles, des sources d'approfondissement.



Des professionnels nous font partager leur expérience.

> Comment s'y retrouver entre hôtel, restaurant, camping et résidence ?

En matière de gestion environnementale il apparaît **plus de points communs que de différences** entre ces entreprises. Cependant, les spécificités environnementales du camping et des résidences de tourisme ont fait l'objet de chapitres complémentaires.

> Comment utiliser l'Écoguide ?

" J'ai décidé de travailler sur deux domaines prioritaires, l'énergie et le paysage. "

Pour chaque service, métier ou activité, les conseils et idées d'actions sont regroupés par domaine. Il suffit de consulter les rubriques " énergie " et " paysage " où vous puiserez les éléments pour construire votre plan d'actions environnemental.



Gestion des petits déjeuners dans un hôtel sans restaurant

- Consulter les parties "SERVICE EN SALLE" et "ÉCONOMAT".

Nettoyage des sanitaires de campings et des résidences mobiles

- Consulter la partie "ÉTAGE ET CHAMBRES".

Les enjeux

7 bonnes raisons d'engager des initiatives en faveur de l'environnement dans son établissement :

1. Réduire ses coûts d'exploitation et mieux maîtriser ses charges

En s'efforçant de réduire ses consommations de ressources naturelles, d'eau et d'énergie, en réduisant ses déchets, par exemple.

2. Améliorer la satisfaction de ses clients

L'environnement figure parmi les facteurs de satisfaction importants de la clientèle.

3. Doper l'image de l'entreprise auprès de la clientèle

La gestion environnementale permet de gagner des points supplémentaires dans la considération et la reconnaissance des clients.

4. Mobiliser son personnel autour d'un projet nouveau et fédérateur

L'expérience l'a montré : l'environnement intéresse les salariés. Tous sont prêts à contribuer à la préservation de l'environnement et s'estiment plutôt fiers de travailler dans une entreprise plus citoyenne. Projet d'entreprise motivant, la démarche environnementale peut également contribuer à fidéliser le personnel.

5. Anticiper l'application de la réglementation environnementale

Ne vaut-il pas mieux s'assurer volontairement que son entreprise est bien conforme à la réglementation sur la protection de l'environnement ?

6. Préserver l'une des forces d'attraction importante des territoires touristiques

La richesse du patrimoine naturel, la qualité de vie et la beauté des paysages sont des atouts majeurs pour le tourisme en Provence Alpes Côte d'Azur Corse.

7. Se démarquer par rapport aux entreprises et destinations concurrentes

Disposer d'un environnement exceptionnel est un atout mais montrer que l'on est actif dans sa protection est une attitude nouvelle que peu d'entreprises et de territoires touristiques ont adoptée.

Les attentes environnementales des clientèles en trois tendances

- **Qualité et esthétique du cadre de vie** : exigence de propreté des lieux et des espaces, grande sensibilité aux nuisances visuelles.
- **Bien-être et santé** : hypersensibilité négative à tout ce qui nuit au bien-être (bruit, mauvaises odeurs, pollutions visibles, mauvaise qualité des eaux de baignade...), sensibilité alimentaire (mode de production, terroirs...).
- **Naturalité** : envie de contact avec la nature, intérêt pour ce ou ceux qui accompagnent et expliquent la nature, sensibilité aux conditions d'accessibilité au milieu naturel.

Le tourisme et l'environnement en région Provence Alpes Côte d'Azur Corse : opportunités et contraintes

Provence Alpes Côte d'Azur Corse est une région aux grandes richesses environnementales mais soumise à de fortes pressions. Dans quelques domaines, le territoire régional montre des faiblesses par rapport à la moyenne nationale. En réponse à cette situation, les programmes des pouvoirs publics offrent des opportunités pour les professionnels du tourisme (dans les domaines des déchets, de l'énergie et de la qualité de l'air, des transports et du paysage notamment.)

Pour en savoir plus : " État des lieux territorial ", opération Tourisme & environnement " En vie environnement ", FTC, TEC pour CRCI PACAC, 2003.

Contact : CRCI PACAC (<http://www.pacac.cci.fr>).



Les exigences environnementales des voyageurs vis-à-vis des réceptifs se multiplient et se renforcent régulièrement.

“ Une enquête menée en Allemagne par le Cercle d'études pour le tourisme et le développement a révélé que :

- Pour 79% des personnes interrogées " une nature et un environnement intacts sur le lieu de séjour sont très importants pour la satisfaction personnelle en termes de vacances ".
- Pour 74% " les lieux de vacances qui ont perdu leur caractère originel à cause de constructions sauvages ont un effet repoussant ".

M. MUESELER – directeur de l'Environnement du voyageur allemand LTU Touristik.

Développer les entreprises

Optimiser les compétences

Dynamiser les territoires



UNE MISSION

ACCOMPAGNER
LES PROFESSIONNELS DU TOURISME
et des loisirs face aux mutations
économiques, aux avancées technologiques
et aux nouveaux comportements.

UN RESEAU D'EXPERTS

Les «Conseillers tourisme»
et les «Conseillers environnement».

DES ACTIONS DE STRUCTURATION ET D'APPUI AU DEVELOPPEMENT

- Conseil aux entreprises
et aux porteurs de projets.
- Création de dynamiques
entre professionnels autour
de thèmes : qualité, environnement, technologies
de l'information et de la communication, culture...,
de filières : tourisme d'affaires, tourisme de découverte
économique, tourisme rural, croisières, produits du terroir,
et d'événements...
- Animation de groupements d'entreprises.
- Formation professionnelle.
- Observation et information économique.



DES PARTENARIATS INSTITUTIONNELS ET PROFESSIONNELS

Interface et représentation des
entreprises auprès des organismes
partenaires du tourisme et de
l'environnement (Europe, Etat, Région,

ADEME, CRT, Agence de l'Eau, CDT, OT/SI, syndicats professionnels,...).

UN SITE : www.pacac.cci.fr

Le site des Chambres de commerce et d'industrie de Provence-Alpes-
Côte d'Azur et de Corse.



La démarche DE GESTION ENVIRONNEMENTALE

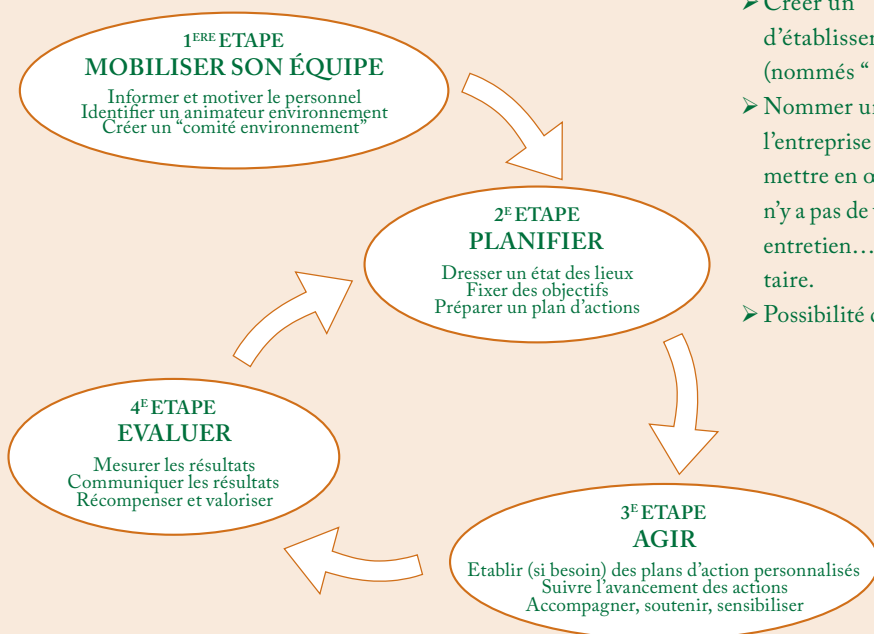
Passer à l'action en matière d'environnement demande un minimum de méthode. Une telle démarche est un projet collectif qui doit mobiliser le personnel et impliquer les partenaires de l'entreprise. Son efficacité peut être améliorée en sollicitant le soutien de différents organismes et en suivant, grâce à des indicateurs, l'évolution de la situation environnementale.

Un cercle vertueux

Faire évoluer son entreprise vers un plus grand respect de l'environnement nécessite de suivre une certaine méthode, quelle que soit l'envergure que l'on compte donner à sa démarche et quelle que soit la taille de son établissement. Cette méthode est un gage de réussite et de pérennisation de la démarche environnementale.

Bien entendu rien ne sert d'aller trop vite, **il n'y a pas de rythme imposé** pour passer d'une étape à l'autre, adaptez "votre démarche" au temps dont vous et vos collaborateurs permanents et saisonniers disposez.

Le schéma ci-dessous illustre les quatre grandes étapes d'une démarche environnementale :



1^{ERE} ETAPE :

MOBILISER SON EQUIPE

Comment bien démarrer sa démarche environnementale ?

Le chef d'établissement doit montrer clairement son engagement à toute son équipe. Il est le véritable élément moteur de la démarche : il la lance, la dirige et impulse une dynamique nouvelle à son entreprise. Il recueille dès le début l'avis de ses collaborateurs sur le projet et les premières idées "vertes". Chaque membre de l'équipe doit savoir que ce projet démarre et en comprendre le déroulement.

- Organiser une première **réunion** avec toute l'équipe visant à présenter **l'intérêt de la démarche** (pour l'entreprise, l'environnement, la satisfaction de la clientèle) **et son déroulement**.
- Créer un **"comité environnement"** autour du chef d'établissement, avec un représentant de chaque service (nommés "correspondants environnement").
- Nommer un **"animateur environnement"** interne à l'entreprise si la taille de l'entreprise le permet. Sa mission : mettre en œuvre et coordonner la démarche. Son profil : il n'y a pas de véritable exigence (restauration, administration, entretien...). Le plus important est qu'il ou elle soit volontaire.
- Possibilité d'y associer, en saison, les nouveaux effectifs.

2^E ETAPE :

PLANIFIER

Dresser l'état des lieux

Il s'agit de connaître la situation environnementale de départ, de prendre en quelque sorte une photographie instantanée de l'entreprise.

Pourquoi dresser un état des lieux ?

- Pour connaître les points forts et les points faibles de l'entreprise.
- Pour connaître la situation par rapport à la réglementation environnementale.
- Pour identifier les domaines à améliorer en priorité.
- Pour savoir tout simplement par où commencer car le champ des actions possibles peut être vaste.

Comment dresser un état des lieux ?

- Remplir le quizz d'auto-évaluation (voir page 10).
- Solliciter un intervenant spécialisé (voir page 14). Il portera un regard neuf et averti sur votre entreprise.
- Impliquer toute l'équipe dès le début, et surtout les membres du comité environnement.
- Encourager le personnel à fournir toute information pendant ce diagnostic initial.
- Présenter les résultats à toute l'équipe (c'est une excellente mission pour l'animateur ou le comité environnement).
- Continuer à associer le personnel et le comité à la suite des travaux de planification, c'est l'un des meilleurs moyens pour s'assurer l'adhésion à la démarche (ex. : pendant la réflexion sur les objectifs à atteindre et les améliorations possibles)



Les informations utiles à ce diagnostic sont collectées par une visite complète et quelques entretiens. Toutes les pratiques et caractéristiques de l'entreprise sont observées afin d'évaluer leurs effets potentiels sur l'environnement. Toutes les thématiques sont traitées : gestion des déchets, de l'eau et de l'énergie, intégration paysagère, air, bruit, politique d'achats, transports, etc. Un bilan des consommations est également dressé. Cette visite dure une journée pour la plupart des entreprises touristiques.

Fixer des objectifs

Quel but voulez-vous atteindre précisément ? En fonction des résultats de l'état des lieux, fixez-vous des objectifs quantifiés, mesurables et en nombre raisonnable.



Dans la mesure du possible essayez de fixer des objectifs à chacune de vos équipes ou chaque service : le personnel se sentira plus impliqué. Soyez modestes au départ car s'ils sont trop ambitieux vous prenez le risque de ne pas les atteindre, un tel échec serait décourageant pour toute l'équipe. Les premiers pas de la démarche doivent plutôt vous donner satisfaction.



Exemple d'objectifs : réduire de 5% la consommation d'énergie ou d'eau sur une période donnée, valoriser 50% des déchets verts, utiliser ¼ d'écoproduits parmi les produits d'entretien, réduire de 30% le nombre de non-conformités réglementaires, éliminer ⅓ des " points noirs " paysagers, etc.

Etablir le plan d'actions environnemental

C'est le cœur de votre démarche. Il sert à atteindre les objectifs fixés. Pour l'établir, suivez méthodiquement le processus suivant :

- Lister les idées émises par le comité environnement et le personnel volontaire.
- Examiner les préconisations remises par l'intervenant qui a dressé votre état des lieux.
- Sélectionner les actions à entreprendre en premier (découpez-les éventuellement en différentes étapes).
- **Définir les moyens à déployer (budget éventuel, matériel éventuel, temps, formation...).**
- Répartir les rôles et les responsabilités.
- Fixer un planning et des échéances pour réaliser ces actions.

Actions à privilégier :

- Les actions de mise en conformité réglementaire.
- Les améliorations les plus visibles pour la clientèle.
- Celles qui améliorent la qualité et l'esthétique du cadre de vie, qui contribuent au bien être des clients ou qui répondent à la recherche de " naturalité " de la clientèle.
- Celles qui réduiront les plus importantes sources de pollution ou de consommation.
- Les actions les plus simples et les moins techniques.
- Celles générant des économies et dont le retour sur investissement est rapide.



Eviter de concentrer les actions sur une ou deux personnes seulement (suivant la taille de l'entreprise).

3^e ETAPE

AGIR

C'est la phase de réalisation : les projets vont maintenant devenir réalité.

- Décliner le plan d'actions de l'établissement en **check-lists personnalisées ou par service** reprenant le travail attendu pour chacune des personnes impliquées.
- **Réaliser** les actions prévues.
- S'assurer que les personnes en charge d'une ou de plusieurs actions disposent des **informations et compétences nécessaires** (Écoguide, brochures, formation, sensibilisation à l'environnement...)
- **Réunir périodiquement le comité environnement** pour faire le point sur la réalisation des actions planifiées, les difficultés, les mesures d'accompagnement à prendre éventuellement, les résultats atteints,...
- **Communiquer** l'état d'avancement de la démarche à l'ensemble du personnel (ex. : par affichage ou oralement lors de courtes réunions).



Chaque membre de l'équipe doit savoir clairement ce qu'il a à faire et comprendre que les actions environnementales font partie intégrante de ses attributions.



Pour plus d'efficacité, solliciter éventuellement ici un conseil extérieur (voir page 14).

4^e ETAPE

EVALUER

Après avoir agi, place au bilan : “ On ne gère que ce que l'on peut mesurer. ”

- Créer des outils de **suivi** et de **mesure des résultats** grâce à des **indicateurs** chiffrés (voir page 15).
- Communiquer périodiquement ces données et les résultats à l'ensemble du personnel.
- Récompenser les auteurs des bonnes idées environnementales.
- Valoriser les initiatives exemplaires auprès de la clientèle, de la presse professionnelle, des partenaires commerciaux (voyagistes par exemple), etc.
- Une fois le premier plan d'actions mené à son terme, réexaminer la situation afin de fixer de nouvelles priorités.
- Développer un second plan d'actions environnemental en suivant de nouveau le cycle “ planifier- agir-évaluer ”.

Le cycle “planifier-agir-évaluer” est un processus d'amélioration continue. C'est l'un des principes fondamentaux de la démarche environnementale.

Auto-évaluation

Que ce soit avant, pendant ou après vos premiers pas dans votre démarche environnementale, servez-vous de ce questionnaire pour évaluer rapidement votre " niveau de bonnes pratiques ". C'est un quizz simple à utiliser : plus vous répondrez par " oui ", meilleur vous deviendrez en gestion environnementale

énergie	Pour en savoir plus, voir page...
1. Connaissez-vous précisément la consommation totale de votre établissement et celle de chacun de vos grands postes de consommation (hébergement, restauration, sanitaires, piscine, emplacements,...) ?	16
2. Savez-vous combien vos clients consomment ?	16
3. Utilisez-vous des ampoules économes en énergie ?	43
4. Assurez-vous un entretien annuel de vos équipements de production d'eau chaude sanitaire (détartrage notamment) ?	49
5. Utilisez-vous les détecteurs de présence ou minuteries dans les locaux techniques peu fréquentés ?	44
6. Les femmes de chambres coupent-elle les veilles des téléviseurs ?	38
7. Toutes vos canalisations d'eau chaude sont-elles entièrement isolées ?	50

déchets	Pour en savoir plus, voir page...
1. Connaissez-vous le coût réel de l'élimination des déchets pour votre entreprise ?	20
2. Vos clients peuvent-ils valoriser certains de leurs déchets grâce à l'organisation que vous leur proposez ?	20
3. Triez-vous et valorisez-vous les déchets d'emballage ?	20
4. Confiez-vous vos cartouches d'imprimantes à un prestataire qui les recycle ou les élimine proprement ?	40
5. Vos déchets verts sont-ils compostés (ou broyés pour protéger le sol des espaces verts) ?	53
6. Les huiles de cuisine sont-elles prises en charge par un prestataire agréé ? Celui-ci vous prouve-t-il qu'elles n'aboutissent pas dans la nature ou les égouts ?	29
7. Conservez-vous les feuilles imprimées au recto pour le brouillon ?	40

achats	Pour en savoir plus, voir page...
1. Utilisez-vous (ou vendez-vous) des produits bénéficiant d'un écolabel ?	26
2. Tous les documents visibles et remis à la clientèle sont-ils en papier recyclé (brochures, lettres, cartes de restaurant, livret d'accueil...) ?	40
3. Utilisez-vous des lessives sans phosphates ?	36
4. Connaissez-vous les produits dangereux que vous utilisez ?	38
5. Réduisez-vous l'utilisation de produits chimiques sur les espaces verts ?	54
6. Évitez-vous le mobilier en bois tropical ?	33
7. Utilisez-vous des produits vendus plutôt en recharges ?	35

qualité de l'air	Pour en savoir plus, voir page...
1. Utilisez-vous des désodorisants naturels (ex. : huiles essentielles) ?	36
2. L'étanchéité des circuits des réfrigérateurs et installations frigorifiques est-elle vérifiée régulièrement ?	48
3. Assurez-vous un entretien régulier des systèmes de climatisation, de traitement d'air (tours aéro-réfrigérantes notamment) et des réseaux d'eau chaude afin d'éviter la prolifération des légionelles ?	49

eau Pour en savoir plus, voir page...	
1. Pour l'eau, pouvez-vous répondre aux questions n°1 et 2 de l'énergie ?	16
2. Votre arrosage est-il automatisé et/ou effectué avec de l'eau ne provenant pas du réseau public d'eau potable. Le sol est-il protégé ?	53
3. Le réseau d'évacuation des eaux pluviales est-il bien séparé de celui de l'assainissement ?	42
4. Votre robinetterie est-elle équipée de réducteurs de débit ou autre système économiseur ?	46
5. Les cuisines sont-elles dotées d'un bac dégraisseur régulièrement vidangé et savez-vous où sont éliminées les matières de vidange ?	29
6. Proposez-vous à vos clients de garder, s'ils le souhaitent bien sûr, leurs serviettes de toilette pour leur deuxième nuit ?	36
7. Êtes-vous sûr que votre assainissement est conforme à la réglementation ?	42

paysage Pour en savoir plus, voir page...	
1. Tous les équipements techniques sont-ils dissimulés (citernes, conteneurs et locaux à déchets,...) ?	41
2. Favorisez-vous la pierre, les matériaux naturels et locaux dans les aménagements ?	41
3. Dans certaines parties de votre propriété, les voitures sont-elles cachées de la vue ?	41
4. Les façades de vos bâtiments sont-elles en bon état ?	41
5. Vos enseignes et pré-enseignes sont-elles de taille raisonnable et dans des coloris sobres ?	41
6. Les limites de votre propriété les plus visibles sont-elles habillées de plantations et en bon état ?	41
7. Indiquez-vous le nom des essences d'arbres à vos clients ?	71

transports Pour en savoir plus, voir page...	
1. Vos clients peuvent-ils disposer d'un bon service de prêt ou de location de vélos ou de deux roues électriques pour une course ou une balade ?	39
2. Si des transports collectifs sont disponibles, les horaires sont-ils à disposition des clients ?	39
3. Vos clients peuvent-ils venir sans trop de difficulté sans voiture dans votre établissement ?	22
4. Connaissez-vous les modes de transports qu'utilise votre personnel pour venir travailler ?	22
5. Incitez-vous vos équipiers à utiliser les transports en commun, pratiquer le co-voiturage ou utiliser des transports moins polluants (ex. : le vélo) ?	22
6. Si vous transportez les déchets de votre camping jusqu'au centre de traitement, avez-vous effectué une déclaration ?	59
7. Pouvez-vous renseigner vos clients sur les moyens de se déplacer dans la région autres que la voiture ?	22

bruit Pour en savoir plus, voir page...	
1. Savez-vous si vos clients sont gênés par du bruit ?	23
2. Les livreurs ou autocaristes coupent-ils leurs moteurs à l'arrêt dans votre établissement ?	25
3. Connaissez-vous le niveau sonore de la musique que vous diffusez en soirée ?	32

Les acteurs de la démarche

La gestion environnementale est une démarche globale qui s'appuie sur l'implication de plusieurs acteurs : le chef d'établissement, le personnel, les clients et les fournisseurs.

Le chef d'établissement et son équipe

Sans l'engagement du chef d'établissement, la démarche environnementale ne peut démarrer ni perdurer. Sans le personnel elle ne peut ni vivre, ni apporter de changements significatifs dans l'établissement. L'environnement, c'est surtout " l'affaire de chacun " car chaque geste compte pour l'environnement.

Le recrutement du personnel saisonnier est un challenge, chaque année. Mais le caractère saisonnier des entreprises touristiques est une source d'opportunités : les nouveaux venus peuvent apporter des idées nouvelles à la démarche.

Quelques clés pour impliquer son personnel :

- **Informer** toute l'équipe, quel que soit le niveau hiérarchique, de l'avancement de la démarche, des priorités, des résultats (déjà en parler lors du recrutement).
- **Sensibiliser** aux grands enjeux (pour l'image de l'entreprise, la satisfaction de la clientèle, pour préserver l'attractivité touristique du territoire,...)
- **Solliciter** les avis, les idées.
- **Écouter** les propositions et étudier avec leurs auteurs les bénéfices possibles, la faisabilité.
- **Associer** les volontaires (définition des objectifs, réalisation des actions...)
- **Récompenser** les initiatives, la participation, les idées fructueuses ou astucieuses...
- **Former** ses collaborateurs aux problématiques de la gestion environnementale (générales et thématiques, régionales ou locales) et à la connaissance des richesses naturelles régionales qui attirent les clients.
- **Formaliser** éventuellement la participation à la démarche dans les fiches de poste ou les consignes de travail.

“ Mon assistante s'est portée volontaire pour animer notre démarche et dès la fin du diagnostic nous avons naturellement formalisé notre groupe de travail en comité environnement avec notre gouvernante, l'homme d'entretien, un de nos cuisiniers et le maître d'hôtel. Chez nous, la meilleure idée environnementale est récompensée par une "prime verte" de 100 €. Rapidement une dizaine d'idées géniales ont émergé. Leur mise en place a été simple et facile puisque leurs auteurs avaient envie de les réaliser. ”

Mme JACQUOT - Logis de France Les Printanières - Hyères.

“ Nous avons évoqué notre politique environnementale dès le recrutement et pris en compte l'intérêt des candidats. Nous n'avons pas été déçus car les idées originales de nos animateurs ont eu un excellent impact auprès de notre clientèle. ”

M. DAMIA - camping Holiday Green - Fréjus.



Aujourd'hui on ne compte plus le nombre "d'établissements en verdissement" qui à travers le monde mobilisent leur personnel pour des actions de protection de l'environnement : nettoyage de plage, sensibilisation des enfants, plantations d'arbres, participation à des concours de bonnes pratiques environnementales, découverte du territoire avec des naturalistes, participations à des opérations locales organisées par des associations ou des collectivités, etc.

Les clients

Les clients ont bien évidemment une influence sur les performances environnementales des entreprises touristiques car ils vivent dans ces établissements et produisent donc eux-mêmes une pollution (consommations, déchets, fumée de tabac, etc.). Il est donc essentiel de les associer à la démarche environnementale. Les messages qui leur sont adressés doivent cependant suivre certaines règles : les clients sont peu réceptifs aux leçons de morale environnementale !

Quelques clés pour faire évoluer le comportement des clients

- Toujours **dire pourquoi** un changement de comportement est attendu : pour vous aider à moins polluer, préserver les ressources en eau, faciliter la gestion des déchets... ?
- Toujours **expliquer** d'une façon simple mais précise et éventuellement technique **le bénéfice pour l'environnement** du nouveau comportement attendu.
- Dire clairement et simplement ce que l'on attend du client.
- Privilégier l'approche **pédagogique** et surtout **ludique**.
- Communiquer là où l'on attend un changement de comportement.
- Les consulter pour **anticiper** leurs besoins.
- Décliner les messages sous **plusieurs formes**.
- **Associer** éventuellement les clients aux actions environnementales " extérieures " (ex. : en cas de participation à des opérations locales de préservation de l'environnement).



- Refuges des Hautes-Alpes : brochure de sensibilisation sur les économies d'eau et d'énergie en altitude, la gestion des déchets en balade, l'attitude en montagne.
- Camping Les gorges du Chambon en Charente : fourniture de bacs plastiques aux clients pour trier leurs déchets. Un "point famille Clé verte " pour chaque geste positif en faveur de l'environnement avec "en récompense" une consommation offerte si chaque membre de la famille a remporté un point.
- Remontées mécaniques : fourniture de cendriers de poche aux skieurs.

“ Chez nous le tri est un jeu qui amuse beaucoup les enfants car nous avons installé de grands filets (environ 2 m²) sous quelques panneaux de basket pour collecter les bouteilles plastiques à recycler. Incroyable, ils se chamaillent pour faire le tri ! ”
M. PORTEFAIX, camping Nautic international, Caurel, Côtes-d'Armor.

Les fournisseurs

Les produits, techniques et services des fournisseurs ont souvent une influence sur les performances environnementales de l'entreprise. Parfois, le simple changement d'un produit ou la modification de quelques habitudes avec les fournisseurs conduiront à des résultats bénéfiques au sein même de l'établissement (ex. : modalités de livraison, nature des produits d'entretien, etc.)

Quelques clés pour verdir son établissement avec ses fournisseurs :

- Identifier les impacts sur l'environnement liés à l'utilisation de leurs produits et services.
- Leur communiquer les priorités environnementales de l'établissement.
- Les inviter à proposer une offre plus respectueuse de l'environnement (justifiée techniquement) ou réfléchir en commun sur de nouvelles pratiques (pour mieux gérer ou réduire les déchets, moins polluer, réduire le bruit, etc.)

“ C'est un entrepreneur qui entretient notre parc. Jusqu'à présent il brûlait tous nos déchets verts. Nous en avons parlé ensemble. Il nous a finalement installé deux bacs à compost pour valoriser sur place la pelouse tondue.”
M. BRENNER – Le Soleil d'or – Montignac, Dordogne.

“ Cinq de nos fournisseurs locaux nous livrent plusieurs fois par semaine depuis longtemps. Nous avons réduit notre production de déchets de 30 % en réutilisant des caisses plastiques pour les livraisons au lieu des habituelles cagettes en bois.”
M. BRIDLEY, Martin Hotel, Cardiff, Pays de Galles.

Appui technique

Solliciter des appuis, des conseils et des compétences extérieures à l'entreprise est un atout supplémentaire pour réussir, pérenniser et enrichir votre démarche.

L'Ademe

Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie

est un établissement public de l'État intervenant notamment auprès des entreprises en matière de gestion des déchets, maîtrise de l'énergie, énergies renouvelables, management environnemental.

La Région, les Départements

sont des partenaires actifs dans toutes les démarches collectives. Contactez-les pour connaître leur politique d'intervention par rapport à vos projets. Ils peuvent vous soutenir dans vos actions collectives.

Les communes et groupements de communes

(syndicats intercommunaux, communautés d'agglomérations,...)

sont localement un de vos interlocuteurs privilégiés puisqu'ils sont notamment responsables de la gestion de l'eau, des déchets et de l'urbanisme. Dans les domaines de l'assainissement et de l'intégration paysagère, il peut être intéressant de s'associer avec eux dans des actions collectives et ainsi bénéficier d'aides publiques.

L'Agence de l'eau Rhône-Méditerranée - Corse

peut appuyer techniquement et financièrement des projets collectifs touchant à : la gestion de l'eau et l'assainissement, la protection des ressources en eau, la dépollution et la préservation de l'équilibre des milieux aquatiques.

La DIREN Direction régionale de l'environnement

a pour mission de contribuer à la connaissance, à la gestion et à la valorisation de l'environnement. Elle est une source d'information très pointue sur toutes les richesses de l'environnement régional.



Les coordonnées de ces organismes sont indiquées dans la partie "Contact utiles".

Les chambres de commerce et d'industrie

Les conseillers environnement et les conseillers tourisme de votre CCI sont à votre service pour :

- vous conseiller techniquement et vous aider dans le montage de vos projets,
- organiser des actions collectives,
- vous orienter vers les organismes et les intervenants spécialisés et vous informer (thématiques environnementales, aides financières,...),
- assurer une médiation auprès des collectivités locales (en tant qu'organe de représentation).

Les consultants, sociétés de conseils, bureaux d'études

Des **consultants** spécialisés en environnement connaissant les problématiques des hébergements touristiques peuvent vous accompagner dans votre démarche : diagnostic environnement, élaboration et appui à la réalisation d'un plan d'actions opérationnel, labellisation et certification, sensibilisation et formation du personnel...

Les **bureaux d'études techniques** fournissent une expertise pointue dans des domaines variés : l'énergie, l'assainissement, le bruit, etc.

Quel est l'intérêt d'un accompagnement par un intervenant extérieur ?

- Un **regard neuf** : pour dresser l'état des lieux, voir les points faibles que l'on peut ne plus voir par habitude (nombre de chefs d'établissements reconnaissent avoir "redécouvert" leur établissement)
- Des **compétences spécialisées** dont on ne dispose pas forcément en interne.
- Un **appui** et une médiation auprès des collectivités locales et les administrations.
- Des **conseils** : pour trouver des solutions personnalisées, améliorer l'efficacité des actions et l'organisation de la démarche, communiquer vers la clientèle, trouver les bonnes sources d'information, identifier les sources d'économies possibles et les mesurer...

Indicateurs de suivi et de mesure des résultats

“ On ne gère que ce que l'on mesure ”. Les indicateurs environnementaux sont les données chiffrées servant à suivre l'évolution de la situation environnementale de l'établissement. Bien souvent, il s'agira simplement de quantités (d'eau, d'énergie, etc.) et dans d'autres cas de ratios rapportant une information particulière à la fréquentation (voir les exemples présentés).

Pourquoi s'efforcer de recueillir des données chiffrées pour élaborer des indicateurs environnementaux ?

- Cela permet de se fixer des objectifs d'amélioration quantifiés.
- Cela permet de mesurer les résultats des actions entreprises et les comparer aux objectifs.
- C'est une exigence de la plupart des éco-labels.
- Cela permet de communiquer sur la situation environnementale de l'établissement (envers le personnel et les partenaires de l'entreprise).

Il existe un grand nombre d'indicateurs environnementaux possibles et il est souvent nécessaire de créer ses propres indicateurs en fonction des actions prévues et de leur contexte.



Les indicateurs à utiliser (et peut-être à créer) en priorité sont ceux qui permettent de suivre les effets de vos actions et de connaître précisément les niveaux de consommation d'eau et d'énergie (utiliser pour cela les fiches fournies ci-après).

Incorrect	Correct
➤ Diviser la consommation d'eau totale d'un hôtel - restaurant par le nombre de nuitées, ou le nombre de repas servis.	➤ Séparément (grâce à des compteurs divisionnaires), diviser la consommation de l'hébergement par le nombre de nuitées et celle de la restauration par le nombre de couverts servis.
➤ Si l'on cherche une moyenne de consommation par sanitaire, diviser la consommation d'eau totale d'un camping par le nombre de sanitaires alors qu'il existe d'autres points de consommation comme un restaurant ou une piscine par exemple.	➤ Mesurer la consommation des sanitaires grâce à des compteurs internes.



Dans les exemples d'indicateurs ci-dessous la fréquentation peut être exprimée en : nuitée, chambre louée, emplacement, repas servi,...

Déchets

- Quantité de déchets (totale et par type de déchets triés).
- Quantité de déchets / fréquentation (sur une période donnée)
- Quantité d'emballages recyclés / production annuelle.
- Quantité de piles collectées / an.
- Quantité de déchets verts compostés / quantité totale de déchets ou de déchets verts.

Eau

- Consommation d'eau totale (puis par source et par usage).
- Consommation d'eau / fréquentation.
- Consommation d'eau / m² arrosé.

Énergie

- Consommation d'énergie (totale et par type d'énergie)/ fréquentation.

Achat & produits

- Nombre de produits écolabellisés / nombre total de produits.
- Quantité de produits d'entretien utilisés portant un sigle de danger.
- Quantité de produits jetables.
- Nombre de produits contenant des matières recyclées / total.

Transports

- Nombre de clients ou d'employés venant en voiture, en train,... / nombre total.

Autres

- Consommation d'énergie de source renouvelable / consommation d'énergie totale.
- Nombre de fournisseurs possédant une certification environnementale / nombre total de fournisseurs.
- Contribution financière en soutien à des projets de préservation de l'environnement / chiffre d'affaires.
- Valeur des produits d'origine locale / valeur totale des produits achetés.
- Nombre de clients s'exprimant gênés par du bruit (par enquête).

FICHE DE SUIVI DES CONSOMMATIONS D'EAU

Etablissement :		Source : <i>réseau public, forage,...</i>		
Auteur :		Usage : <i>sanitaires, étages, cuisines, appartements,...</i>		
Année :				
PERIODE	CONSOMMATION (m ³)	% DU TOTAL	COUT	COMMENTAIRES
<i>Mois ou semaine</i>	<i>Consommation totale</i>	<i>% de la consommation annuelle</i>	<i>Coût mensuel global</i>	<i>Ex : Valeur des indicateurs</i>
<i>Poste (sanitaire 1, restaurant,...)</i>	<i>Consommation par poste sur la période</i>	<i>% de la consommation sur la période</i>	<i>Coût par poste sur la période</i>	
TOTAL				

FICHE DE SUIVI DES CONSOMMATIONS D'ÉNERGIE(S)

Etablissement :		Source : <i>Électricité, gaz de ville, propane,...</i>			
Auteur :		Service ou usage ⁽¹⁾ :			
Année :					
Date ⁽²⁾	Relevé compteur	Consommation ⁽³⁾	% du total ⁽⁴⁾	Coût	Commentaires
TOTAL ⁽⁵⁾ (DU ... AU ...)					

(1) : Remplissez une fiche par service ou poste de consommation. Ensuite pour chacun, remplissez une fiche par source d'énergie utilisée.

(2) : Effectuez un relevé mensuel par exemple.

(3) : Utilisez les unités des compteurs. Calculez la consommation par différence avec le relevé précédent.

(4) : Pour l'énergie mesurée, indiquez la part que représente la consommation de ce service dans la consommation totale de l'établissement.

(5) : Vous obtenez une consommation pour un type d'énergie. Pour calculer la consommation totale de l'établissement faites le total de toutes vos fiches après avoir converti toutes les énergies dans la même unité, le kilowattheure (kWh).

Conversion des consommations en kWh :

Gaz naturel : 1 m³ de gaz naturel = 11,63 kWh

Butane – Propane : 1 tonne de butane – propane = 12730 kWh

Fioul domestique : 1 litre de fioul domestique = 9,85 kWh

EXEMPLES DE RATIOS CLÉS POUR DES CAMPINGS AQUITAINS

Consommation moyenne d'énergie : 6,4 kWh/nuitée (2,5 à 9,3)
 Consommation moyenne d'eau potable : 183 L/nuitée (72 à 288)
 Production moyenne de déchets banals : 1,1 kg/nuitée (0,4 à 1,8)

Source : Enquête DEBAT/FRAHPA, mai 2001.



La consommation en eau d'un hôtel varie de 60 à 220 m³ par chambre et par an en fonction des équipements proposés et des pratiques de gestion de l'eau.

Source : International Hotel & Restaurant Association

CONSOMMATIONS D'EAU ET D'ÉNERGIE : STANDARDS DE PERFORMANCE INTERNATIONAUX

Hôtel sans lingerie ni piscine mais avec chauffage et quelques espaces climatisés.

4 à 50 chambres	Bon	Moyen	Mauvais	Très Mauvais
Consommation d'eau (m ³ /chambre/an)	< 120	120-140	140-160	> 160
Consommation d'énergie cumulée (kWh/m ² /an)	< 240	240-290	290-340	> 340
50 à 150 chambres	Bon	Moyen	Mauvais	Très Mauvais
Consommation d'eau (m ³ /chambre/an)	< 160	160-185	185-220	> 220
Consommation d'énergie cumulée (kWh/m ² /an)	< 260	260-320	320-380	> 380

Pour aller plus loin : programme de comparaison en ligne des performances aux standards de la profession hôtelière internationale <http://www.benchmarkhotel.com>

Source : IHEI. Ces données doivent être utilisées avec précaution puisqu'elles peuvent ne pas être applicables à votre situation.

PRODUCTION DE DÉCHETS DE LA RESTAURATION FRANÇAISE

Secteur	Nb. de repas / jour (fourchette pour les établissements étudiés)	Déchets alimentaires putrescibles (g)	Ratio moyen par repas		
			Emballages (g)	Total (g)	Huiles alimentaires usagées (ml)
Hôtels - restaurant	70 – 200	330	520	850	30
Restauration traditionnelle	10 – 100	230	270	500	30
Restauration rapide	10 – 400	175	155	330	80

Source : Les déchets de la restauration en France : État des lieux. ADEME/COSTIC, 2000.

La valorisation ET LE DÉVELOPPEMENT DE LA DÉMARCHE

La démarche environnementale est valorisable sur le plan commercial. Il a été confirmé qu'une partie de votre clientèle est sensible aux efforts que vous mettez en œuvre pour l'environnement. Sachez utiliser ce nouvel argument, invitez votre client à participer à l'action (quelques expériences en Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse ont montré le judicieux intérêt de la démarche), montrez-lui que votre établissement «va plus loin» dans son service.

Communiquer envers sa clientèle et ses partenaires commerciaux

Quel contenu donner à sa communication environnementale ?

- Communiquez sur des réalisations et des faits.
- Expliquez d'une façon simple mais précise et éventuellement technique.
- Donnez des résultats tangibles et quantifiés.
- Qualifiez le bénéfice pour l'environnement.
- Ne pas dissimuler un transfert de pollution.
- Mentionnez les partenariats privés, professionnels (avec des confrères ou des entreprises voisines) ou institutionnels.
- Montrez l'implication de l'entreprise et de son personnel dans des actions locales et dans la démarche.
- Expliquez aux clients les actions qui lui sont invisibles ou imperceptibles : gestion technique de l'établissement, réductions de pollutions, maîtrise de l'énergie, utilisation d'énergies renouvelables, gestion des déchets et des eaux usées, utilisation de produits locaux...

Vers qui communiquer ?

Visez les clients (sur place et à distance), les partenaires institutionnels locaux (collectivités locales, OTSI, CDT,...), les guides, les voyageurs, les fournisseurs...



Rester crédible en évitant la simple "douche verte"

L'effort de protection de l'environnement apparaît comme un "plus" valorisant vis-à-vis de la clientèle touristique. Cependant, verdir seulement son discours marketing et trop légèrement ses pratiques de fonctionnement est à proscrire (risque de perte de crédibilité). Communiquez donc en priorité sur des actions accomplies et dont les bénéfices pour l'environnement sont véritables et significatifs.

Pour en savoir plus : "Etat des lieux territorial", opération tourisme & environnement "En vie environnement", FTC, TEC, 2003. Contact : CRCI PACAC - <http://www.pacac.cci.fr>



Dans son journal de liaison, envoyé régulièrement à tous les clients et partenaires, le camping Holiday green (Var, labellisé Clé verte) consacre périodiquement un ou plusieurs encarts à l'avancement de sa démarche environnementale. Le document est imprimé sur papier recyclé. Une page internet y est également consacrée.



À l'étranger, la plupart des établissements travaillant à l'amélioration de leurs pratiques environnementales présentent l'engagement personnel des dirigeants et leurs actions dans leurs brochures commerciales.



Au Relais du Soleil d'or (Dordogne) et dans la plupart des établissements "en verdissement" la politique environnementale et la charte "Qualité environnement" sont affichées dans le hall d'entrée ainsi que dans les chambres. La plupart des grandes chaînes internationales communiquent également vers leur clientèle pendant leur séjour, en affichant par exemple leur engagement dans les ascenseurs et les salles de séminaires.

“ J'avais été sensibilisé à l'environnement dès ma formation à l'école de Savignac. L'une des pages de notre site internet est consacrée à nos réalisations et initiatives en faveur de l'environnement. Plus de 10 % des visiteurs de notre site la consultent ! ”

M. BERNARD, hôtel les Goélands, Saint-Jean-de-Luz.

“ Nous travaillons avec deux voyageurs français, un anglais et un hollandais. Nous les avons tous invités à visiter notre aire de tri des déchets. Ils nous ont largement félicités. Nous avons gagné des points, c'est certain ! ”

M. CHAIX, camping le Colombier, Fréjus.



Comment montrer simplement son action environnementale à ses clients ?

Montrez-leur vos choix différents sur les produits qui leurs sont habituellement proposés :

- documents imprimés sur papier recyclé et non blanchi au chlore (bloc note, livret d'accueil, menus, programmes d'animations, etc.),
- offre d'écoproduits labellisés au libre service des campings,
- serviettes de toilettes ecolabellisées ou en coton biologique, etc.

Participer à des concours et prix est un challenge motivant pour le personnel et valorisant pour l'entreprise. Quelques prix à connaître : le trophée "Environnement entreprise" (ACFCI), le "Green Hotelier & Restaurateur Environnemental Award" (IH&RA), l'oscar "Tourisme & environnement" (CCI du Var)...

Faire reconnaître ses efforts

Il existe aujourd'hui plus d'une trentaine d'écolabels applicables aux entreprises et territoires touristiques à travers le monde. Ces dispositifs permettent d'attester les efforts consentis en faveur de la préservation de l'environnement, de faire reconnaître les bonnes pratiques en place et ainsi de renforcer la démarche de communication environnementale.

Les écolabels accessibles aux hébergements touristiques français

La Clef



La Clef Verte

<http://www.laclefverte.org>

Champs d'application : **hôtellerie de plein air et hôtellerie traditionnelle.**

Structure : 2 familles de critères (essentiels et guides).

Domaines concernés : paysage et qualité de vie / gestion environnementale générale / déchets/eau/énergie/sécurité/sensibilisation.

Attribution : sur dossier (visite d'entreprise non systématique), par l'office français de la Fédération d'éducation à l'environnement (FEE).



Green Globe 21

www.greenglobe21.com

Champs d'application : **toutes entreprises touristiques** (hôtels, campings, résidences, activités de pleine nature, golfs...) et toutes destinations (stations, territoires) du monde entier (seul dispositif international).

Structure : critères de performance assortis d'exigences organisationnelles. Processus en trois étapes (ABC) : Affiliation (membres) - Benchmarking (comparaison d'indicateurs à des niveaux de performance minimaux) - Certification.

Domaines concernés : tous.

Attribution : par un organisme certificateur indépendant et agréé, après audit. Dispositif émanant du WTTC (représentant les entreprises au sein de l'Organisation mondiale du tourisme).



Écolabel Européen

<http://www.eco-label-tourism.com>

Champs d'application : **hébergements touristiques.**

Structure : critères de performance technique pondérés (obligatoires et optionnels).

Domaines concernés : énergie, eau, déchets, produits chimiques, communication, sensibilisation.

Attribution : par l'Agence française de normalisation (AFNOR) après audit de l'entreprise.

Les autres standards accessibles aux hébergements touristiques français



Hotelcert®

<http://www.hotelcert.com>



Camping qualité

<http://www.camping-qualite.com>

Les dispositifs nationaux de reconnaissance de la qualité de service dans l'hôtellerie traditionnelle (HOTELcert®) et l'hôtellerie de plein air (Camping qualité) développent des volets "environnement" qui s'intégreront à terme aux exigences qualité (de façon optionnelle ou complémentaire).



ISO 14 001

<http://www.iso.ch>

<http://www.tc207.org>

C'est "LA" norme internationale de la démarche environnementale.

Champs d'application : tous types d'activités (productions de bien et de services), petites ou grandes structures.

Contenu : norme fixant des exigences d'organisation et de fonctionnement d'un "système de management environnemental", basée sur le principe de l'amélioration continue des performances environnementales.

Attribution : démarche certifiée par un organisme certificateur indépendant et agréé, après audit.

Pour en savoir plus : <http://www.environnement.gouv.fr/dossiers/managementenvironnemental/2k1106-managenvir.htm>



Eco-Management and Audit Scheme

L'EMAS est le système communautaire européen de management environnemental, basé sur l'ISO 14001 mais plus approfondi sur le plan de la performance et de la transparence.

Pour en savoir plus : <http://europa.eu.int/comm/environment/emas>



Les hôtels situés dans un **parc naturel régional** peuvent signer la charte "Hôtels au naturel" et bénéficier ensuite d'une promotion spécifique.

www.parc-naturels-regionaux.tm.fr/hotels_au_naturel



47 campings allemands, italiens, suisses et autrichiens ont engagé une **démarche collective de management environnemental** grâce à un

projet européen de la Fondation du Lac Constance. Même les plus petites structures ont obtenu la certification ISO 14001 et sont enregistrées EMAS. <http://www.ecocamping.net>

Le lycée hôtelier de Toulouse est certifié ISO 14001 depuis juin 2001. La démarche s'appuie sur un "bureau du développement durable" regroupant des élèves, des professeurs et des personnels techniques.

Pour en savoir plus sur la certification des systèmes de management de l'environnement (SME) : <http://www.acfci.cci.fr> (site internet de l'Assemblée des Chambres françaises de commerce et d'industrie).

Valoriser le patrimoine naturel

Les visiteurs de Provence-Alpes-Côte d'Azur viennent apprécier et découvrir les multiples facettes et richesses de la région : gastronomie, culture et traditions, histoire et vestiges du passé... Le patrimoine naturel local figure également parmi les atouts à valoriser auprès des clientèles touristiques. Aux côtés des activités de loisir habituellement proposées, la démarche environnementale peut être étendue en encourageant les clients à découvrir tant physiquement qu'intellectuellement le patrimoine naturel de votre territoire.



La **nature** à l'état brut est de plus en plus **difficile à décoder** pour des populations majoritairement citadines. Les vacances deviennent alors un moment privilégié de redécouverte.

Pour répondre à cette **recherche de naturalité** des clientèles, il n'y a pas de solution unique : c'est à chacun de créer son offre d'information et d'activités. Les réponses sont aussi variées que les richesses naturelles de votre territoire. Leur forme dépend de votre créativité et de celle des acteurs locaux capables de faire découvrir sous de multiples formes ce patrimoine naturel.

Comment valoriser le patrimoine naturel auprès de sa clientèle ?

Constituer un fond de ressources

- **Connaître les richesses de son territoire** : constituer un fond documentaire varié (romans, cartes, ouvrages botaniques, guides de randonnée, etc.), répertorier les espaces naturels sensibles proches (parcs, réserves naturelles...)
<http://www.paca.environnement.gouv.fr>
<http://www.reserves-naturelles.org>
- **Connaître les richesses de sa propriété** : répertorier les espèces végétales et animales vivant sur son site.
- **Connaître les acteurs pouvant faire découvrir ces richesses à vos clients** : répertorier les associations et organismes proposant des activités de découverte du milieu naturel. Adressez-vous à votre conseil général, aux OTSI... Invitez vos clients à faire partager leurs découvertes pour étendre peu à peu votre inventaire.

Mettre l'information à disposition de la clientèle

- Mettre la documentation collectée à disposition (prêt ou consultation).
- Créer si besoin ses propres documents (listes, descriptifs...)
- Pour ce qui concerne votre propriété : placer des panneaux indiquant les noms d'espèces, créer une documentation spécifique, un parcours de découverte pouvant être accompagné par un animateur...

“Grâce à une association de Bayonne, nos clients peuvent aller observer le passage des oiseaux migrateurs à la fin de l'été. Ils reviennent tous ravis. D'ailleurs, la plupart apprécient aussi de disposer d'une information approfondie, variée et pointue sur les multiples facettes du patrimoine naturel et culturel local, surtout dans un camping de 50 emplacements. Nous avons par exemple :

- des dossiers sur la géologie, les fleurs, les sentiers et balades, les oiseaux, la danse, les traditions basques et de nombreux autres thèmes.
- des ouvrages sur l'art et les églises romanes (car nous sommes proches d'un monument inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO).”

Mme LAMARQUE, camping du Pont d'Abense, Tardets, Pyrénées-Atlantiques.

“Notre jardinier est passionné de botanique. Avec lui, nous avons créé un nouveau site internet en complément de notre site commercial, où nous présentons toutes les espèces présentes sur notre terrain et dans les environs”

M. KUSTERS, camping le Paradis, St-Léon-sur-Vézère, Dordogne.



- Les hôteliers membres du groupement “Art de vivre en Provence” ont créé des jardins botaniques ouverts à la clientèle et utilisent certains aromates pour leur propre cuisine.
- Mme KUHN, gestionnaire de camping à Valensole organise des promenades botaniques sur son terrain qui remportent un franc succès.
- Des hôteliers disposent des panneaux en bois indiquant les noms des essences au pied des arbres et des plantes de leurs parcs. Leurs clients apprécient souvent cet effort pédagogique.
- Une cinquantaine de commerçants et professionnels du tourisme ont suivi une formation et diffusent dans leurs établissements les supports d'information sur la réserve géologique de Haute-Provence.
- Au camping La Serre (Ariège), une “réserve naturelle volontaire” agrémentée de parcours de découverte a été créée. Elle est animée en partenariat avec une association naturaliste locale.

Mettre son énergie au service d'actions locales de préservation de l'environnement

Le patrimoine naturel d'un territoire est l'une des grandes forces d'attraction touristique. Améliorer les pratiques au sein de son établissement est un premier pas vers la préservation de cette richesse. Le second niveau d'engagement consiste à s'impliquer "à l'extérieur", localement, dans des actions de protection de la nature, par exemple en partenariat avec des associations ou des collectivités locales.



- Mobiliser son équipe pour le nettoyage d'une plage ou d'un site naturel remarquable (ex. : nettoyage du Marais poitevin ou des plages niçoises par des employés du groupe Accor).
- Participer à la sensibilisation des enfants d'une école voisine (plantation d'arbres, exposition nature...).
- Participation des employés aux événements de célébration de la Journée de la Terre, etc.
- Soutenir une organisation ou relayer une campagne d'information nationale ou régionale...



Les exemples d'établissements touristiques impliqués dans la protection de la nature sont nombreux. A chaque fois l'effort est valorisé en s'appuyant sur des photographies des équipes en action.

- L'hôtel les Printanières (Hyères, Var) adhère à deux associations locales dont l'objet est la protection du milieu marin et la préservation des richesses naturelles de la presqu'île de Giens.
- L'hôtel Intercontinental Princesa Sofia de Barcelone participe à la réintroduction d'une espèce de rapaces décimée par l'urbanisation. Des nichoirs ont été installés sur le toit et plusieurs petits ont d'ailleurs été adoptés par le personnel.
- Dans les Caraïbes, les professionnels du tourisme soutiennent les associations de protection des tortues marines avec lesquelles ils organisent des excursions d'observation pour leur clientèle.
- Durant la "Semaine canadienne de la Terre", plusieurs employés des Canadian Pacific Hotels de Vancouver ont participé au nettoyage d'un espace naturel proche de la ville.

Vers un tourisme durable

Avoir le souci de préserver son environnement est l'une des trois dimensions à prendre volontairement en compte dans une stratégie de développement durable.

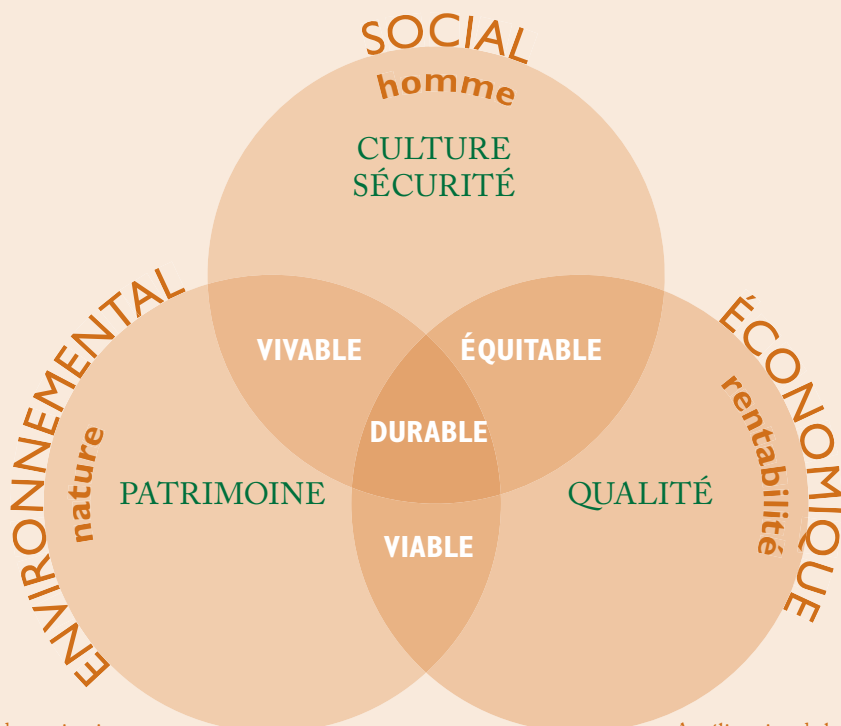
Le développement dit "durable" est un mode de développement qui répond aux besoins des générations actuelles sans compromettre l'avenir, en permettant aux générations futures de répondre également à leurs besoins. Il s'agit de prendre simplement conscience de l'importance de léguer une planète dans un état convenable à nos enfants. Ce concept fait son chemin depuis plus d'une trentaine d'années après avoir émergé au sein même des Nations unies lorsque les conséquences du développement industriel ont commencé à apparaître à l'échelle planétaire.

Que ce soit pour une entreprise, un territoire, un pays, il s'agit de trouver un équilibre entre la recherche de progrès social et le développement économique tout en préservant intelligemment les milieux et les ressources naturelles.



Pour en savoir plus sur le développement durable du tourisme, consultez le site Internet de l'Organisation mondiale du tourisme <http://www.world-tourism.org> et le Code mondial d'éthique du tourisme.

- >Valorisation des produits et des savoir-faire locaux
- >Sécurité des biens et des personnes
- >Préservation et valorisation des traditions et des richesses culturelles
- >Création d'emplois
- >Amélioration des retombées positives des activités pour le territoire et ses habitants ...



- >Préservation du patrimoine
- >Préservation des ressources naturelles
- >Protection des écosystèmes locaux
- >Réduction des pollutions
- >Amélioration de la qualité de vie ...

- >Amélioration de la satisfaction de la clientèle
- >Equilibre des rapports clients fournisseurs
- >Amélioration de la qualité de service
- >Pérennisation de l'activité
- >Développement de la rentabilité
- >Création d'offres innovantes
- >Partenariats ...

Contacts utiles

FRANCE

AGENCE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA MAÎTRISE DE L'ÉNERGIE (ADEME)

Délégation Provence Alpes
Côte d'Azur

<http://www.ademe.fr/paca>

Site national : <http://www.ademe.fr>

2, boulevard de Gabès - BP 139

13267 MARSEILLE CEDEX 08

Tél. : 0810 060 050

Fax : 04 91 32 84 66

RÉGION PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

<http://www.cr-paca.fr>

➤ Direction de l'agriculture, des res-
sources naturelles, de l'environnement
et de l'énergie : service environnement
et énergie

➤ Direction du développement et de
l'économie régionale : service tourisme

Hôtel de Région

27, place Jules Guesde

13481 MARSEILLE CEDEX 20

Tél. : 04 91 57 50 57

Fax : 04 91 57 51 51

CHAMBRE RÉGIONALE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR CORSE

<http://www.pacac.cci.fr>

8, rue Neuve Saint-Martin - BP 1880

13222 MARSEILLE CEDEX 01

Tél. : 04 91 14 42 00

Fax : 04 91 14 42 45

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE DIGNE ET DES ALPES-DE-HAUTE-PROVENCE

<http://www.digne.cci.fr>

60, boulevard Gassendi

04000 DIGNE-LES-BAINS

Tél. : 04 92 30 80 80

Fax : 04 92 32 04 73

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DES HAUTES- ALPES

<http://www.hautes-alpes.cci.fr>

16, rue Carnot - BP 6

05001 GAP CEDEX

Tél. : 04 92 56 56 05

Fax : 04 92 56 56 56

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE NICE CÔTE D'AZUR

<http://www.ccinice-cote-azur.com>

20, boulevard Carabacel - BP 1259

06005 NICE CEDEX 1

Tél. : 04 93 13 75 20

Fax : 04 93 13 75 71

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DU PAYS D'ARLES

<http://www.arles.cci.fr>

Avenue de la 1^{ère} Division France libre

BP 39

13643 ARLES CEDEX

Tél. : 04 90 99 08 08

Fax : 04 90 96 07 10

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE MARSEILLE- PROVENCE

<http://www.marseille-provence.cci.fr>

Palais de la Bourse - BP 1856

13222 MARSEILLE CEDEX 01

Tél. : 04 91 39 33 33

Fax : 04 91 91 42 25

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE D'AJACCIO ET DE LA CORSE-DU-SUD

<http://www.corse-du-sud.cci.fr>

Quai l'Herminier - BP 253

20180 AJACCIO CEDEX 01

Tél. : 04 95 51 55 55

Fax : 04 95 21 23 89

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE BASTIA ET DE LA HAUTE-CORSE

<http://www.bastia-hautecorse.cci.fr>

Nouveau Port - BP 223

20293 BASTIA CEDEX

Tél. : 04 95 58 93 21

Fax : 04.95.58.93.25

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DU VAR

<http://www.var.cci.fr>

236, boulevard Maréchal Leclerc - BP 5501

83097 TOULON CEDEX

Tél. : 04 94 22 80 00

Fax : 04 94 22 80 01

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE D'AVIGNON ET DE VAUCLUSE

<http://www.avignonvaucluse.cci.fr>

46 cours Jean Jaurès BP 158

84008 AVIGNON CEDEX 1

Tél. : 04 90 14 87 00

Fax : 04 90 85 56 78

DIRECTION RÉGIONALE DE L'ENVIRONNEMENT (DIREN)

<http://www.paca.environnement.gouv.fr>

B.P. 120 - Le Tholonet

13603 AIX-EN-PROVENCE CEDEX 01

Tél. : 04 42 66 66 00

Fax : 04 42 66 66 01

AGENCE DE L'EAU RHÔNE MÉDITERRANÉE CORSE

<http://www.eaurmc.fr>

Délégation de Marseille

Immeuble le Noailles

62, La Canebière

13001 MARSEILLE

Tél. : 04 96 11 36 36

Fax : 04 96 11 36 00

AGENCE RÉGIONALE POUR L'ENVIRONNEMENT DE PROVENCE- ALPES-CÔTE D'AZUR

<http://www.arpe-paca.org>

Parc de la Duranne - Avenue Leon Foucault

Immeuble le Levant - BP 432000

13591 AIX-EN-PROVENCE CEDEX 03

Tél. : 04 42 90 90 90

Fax : 04 42 90 90 91

ÉLECTRICITÉ DE FRANCE (EDF)

<http://www.edf.fr>

Délégation régionale Provence Alpes

Côte d'Azur

470, avenue du Prado

13008 MARSEILLE

Tél. : 04 91 29 70 00

**ASSEMBLÉE DES CHAMBRES
FRANÇAISES DE COMMERCE ET
D'INDUSTRIE (ACFCI)**

<http://www.acfci.cci.fr>

Service Tourisme, service Environnement et développement durable

45, avenue d'Iéna - BP 3003

75773 PARIS CEDEX 16

Tél. : 01 40 69 37 00

Fax : 01 47 20 61 28

AFNOR CERTIFICATION

<http://www.afnor.fr>

> Liste des produits et services ayant reçus les écolabels officiels : NF Environnement

(<http://www.marque-nf.com>) et Écolabel Européen (<http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel>)

11, avenue Francis de Pressensé

93571 ST-DENIS-LA-PLAINE CEDEX

Tél. : 01 41 62 80 00

Fax : 01 49 17 90 00

**ASSOCIATION FRANÇAISE
DE L'ÉCLAIRAGE (AFE)**

<http://www.afe-eclairage.com.fr>

17, rue Hamelin

75783 PARIS CEDEX 16

Tél. : 01 45 05 72 00

Fax : 01 45 05 72 70

ASSOCIATION HQE

<http://www.assohqe.org>

83, boulevard Mac Donald - 75019 PARIS

Tél. : 01 42 05 45 24

**CENTRE D'INFORMATION ET DE
DOCUMENTATION SUR LE BRUIT
(CIDB)**

<http://www.infobruit.org>

12, rue Jules Bourdais

75017 PARIS

Tél. : 01 47 64 64 64

Fax : 01 47 64 64 63

**CENTRE D'INFORMATION,
DE DOCUMENTATION ET DE
FORMATION SUR LES ÉNERGIES
RENOUVELABLES (CIDFER)**

<http://www.energies-renouvelables.org>

Observ'ER

146, rue de l'Université

75007 PARIS

Tél. : 01 44 18 00 80

Fax : 01 44 18 00 36

**CENTRE SCIENTIFIQUE
ET TECHNIQUE DU BÂTIMENT**

<http://www.cstb.fr>

4, avenue Poincaré

75782 PARIS CEDEX 16

Tél. : 01 40 50 28 28

Fax : 01 45 25 61 51

**COMITÉ DE LIAISON ÉNERGIES
RENOUVELABLES**

<http://www.cler.org>

> Centre de documentation important, notamment sur les thèmes de l'énergie et de l'habitat.

2B, rue Jules Ferry

93100 MONTREUIL

Tél. : 01 55 86 80 00

Fax. : 01 55 86 80 01

CONIBI

<http://www.conibi.fr>

Consortium Industriel

Bureautique Informatique

> Collecte gratuite des cartouches et toners des grandes marques.

47, allée des Impressionnistes

"Le Gauguin" ZI Paris Nord 2

BP 50 418 - Villepinte

95944 ROISSY CDG CEDEX

Tél. : 01 48 63 94 94

Fax : 01 48 63 94 95

**COMITÉ SCIENTIFIQUE
ET TECHNIQUE DES INDUSTRIES
CLIMATIQUES**

<http://www.costic.asso.fr>

ZI St Christophe - 04000 DIGNE

Tél. : 04 92 31 19 30

ÉNERPLAN

<http://www.enerplan.asso.fr>

> Guichet régional d'information sur l'énergie

solaire en Provence-Alpes-Côte d'Azur

Tél. : 0826 070 019

**FÉDÉRATION D'AGRICULTURE
BIOLOGIQUE PACA**

Créativa - Site de l'Agroparc

200, rue Montaigne

84911 AVIGNON CEDEX 09

Tél. : 04 90 84 03 34

**FÉDÉRATION NATIONALE DES
SYNDICATS D'ASSAINISSEMENT
(FNSA)**

<http://www.fnsa-vanid.org>

91, avenue de la République

75540 PARIS CEDEX 11

Tél. : 01 48 06 80 81

Fax : 01 48 06 43 42

GRAINE PACA

<http://www.educ-envir.org/graine-paca>

> Réseau régional pour l'éducation à l'environnement.

Domaine du Petit Arbois, BP 42,

13545 AIX-EN-PROVENCE CEDEX 4

Tél. / Fax : 04 42 97 11 51

**GROUPEMENT DE L'INGÉNIERIE
ACOUSTIQUE (GIAC)**

<http://www.cicf.fr>

CICF

> Maison de l'ingénierie et du conseil

3, rue Léon Bonnat

75016 PARIS

Tél. : 01 44 30 49 30

Fax : 01 40 50 92 80

HANDITERRE

<http://www.handiterre.com>

> Collecte gratuite de cartouches et toner d'impression.

14, rue Ambroise Croizat

ZI du Val d'Argent BP 94

95101 ARGENTEUIL CEDEX

N° Azur : 0810 049 132

Zone sud : 04 37 22 11 30

**INSTITUT DES CONSEILLERS
ENVIRONNEMENT POUR
LE BÂTIMENT (ICEB)**

115, rue de la Croix Nivert

75015 PARIS

Tél. : 01 40 43 09 91

Fax : 01 40 43 07 99

**MINISTÈRE DE L'ÉCOLOGIE ET DU
DÉVELOPPEMENT DURABLE**

<http://www.environnement.gouv.fr>

20, avenue de Ségur

75302 PARIS 07 SP

Tél. : 01 42 19 20 21

MAX HAVELAAR FRANCE

<http://www.maxhavelaarfrance.org>

> Label du commerce équitable.

41, rue Emile Zola

93107 MONTREUIL CEDEX

Tél. : 01 42 87 70 21

OFFICE INTERNATIONAL DE L'EAU

<http://www.oieau.fr>

> Service national d'information

et de documentation sur l'eau

15, rue Edouard Chamberland

87065 LIMOGES CEDEX

Tél. : 05 55 11 47 47

Fax : 05 55 11 47 48

QUALICLIMAFROID

<http://www.qualiclimafroid.com>

> Qualification et classification techniques

des entreprises d'installation de matériel

frigorifique, de ventilation, de climatisation

et de traitement de l'air.

BP 65 - 94802 VILLEJUIF CEDEX

Tél. : 01 58 05 11 00

Fax : 01 46 45 60 64

QUALICUISINE

<http://www.snefcc.com>

> Qualification et classification techniques

des entreprises d'installation de matériel pour

cuisines professionnelles.

6, rue de Montenotte

75017 PARIS

Tél. : 01 58 05 11 00

Fax : 01 58 05 11 02

QUALIPAYSAGE

<http://www.qualipaysage.org/>

> *Organisme professionnel de qualification des entreprises de paysage.*

44, rue d'Alésia
75682 PARIS CEDEX 14
Tél. : 01 43 27 34 18
Fax : 01 43 27 34 19

SCRELEC

<http://www.screlec.fr>

> *Organisme de collecte et de recyclage des équipements électriques et électroniques.*

11/17, rue Hamelin
75783 PARIS CEDEX 16
Tél. : 0820 802 820

SETRABIO – BIOCONVERGENCE

<http://www.setrabio.com>

> *Organisation professionnelle des transformateurs et distributeurs de produits biologiques.*

36, rue de Picpus
75012 PARIS
Tél. : 01 53 44 79 65

SYNDICAT DE L'ÉCLAIRAGE

<http://www.syndicat-eclairage.com>

> *Organisation professionnelle des fabricants.*

17, rue Hamelin
75783 PARIS CEDEX 16
Tél. : 01 45 05 72 72
Fax : 01 45 05 72 73

TERRE VIVANTE

<http://www.terrevivante.org>

> *Centre de découverte de l'écologie pratique.*
> *Ouvrages sur le jardinage biologique, habitat écologique, l'environnement.*

Domaine de Raud
38170 MENS
Tél. : 04 76 34 80 80
Fax : 04 76 34 84 02

COLLÈGE TECHNIQUE RÉGIONAL DES CONSEILS EN ARCHITECTURE URBANISME ET ENVIRONNEMENT (CAUE) DE PACA

L'archevêché BP 55
05200 EMBRUN
Tél. : 04 92 43 60 31
Fax : 04 92 43 53 75

UNION DES INDUSTRIELS ET ENTREPRISES DE L'EAU ET DE L'ENVIRONNEMENT

<http://www.french-water.com>

> *Regroupe notamment les industriels français de l'assainissement autonome (IFAA) doté d'une charte qualité.*

10, rue Washington
75008 PARIS
Tél. : 01 45 63 70 40
Fax : 01 42 25 96 41

INTERNATIONAL

INTERNATIONAL HOTELS ENVIRONMENT INITIATIVE (IHEI)

<http://www.ihei.org>

Association internationale dédiée à l'environnement dans le tourisme et l'hôtellerie

> *Publication d'un magazine spécialisé "Green Hotelier"*

> *Multiplés publications sur l'environnement dans l'hôtellerie et le tourisme*

> *Programme de comparaison des performances aux standards de la profession hôtelière sur*

<http://www.benchmarkhotel.com/>
15-16 Cornwall Terrace

Regent's Park
LONDON
NW1 4QP
ROYAUME UNI
Tél. : + 44 207 467 3620
Fax : + 44 207 467 3610

INTERNATIONAL HOTEL & RESTAURANT ASSOCIATION (IH&RA)

<http://www.ih-ra.com>

> *Prix international : Green Hotelier & Restaurateur Environmental Award*

<http://www.ih-ra.com/awards>

> *Publications sur l'environnement dans l'hôtellerie et le tourisme*

251, rue du Faubourg St-Martin
75010 PARIS
Tél. : 01 44 89 94 00
Fax : 01 40 36 73 30

ÉCOLABELS POUR LES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

LA CLEF VERTE

<http://www.laclefverte.org>

> *Labellisation environnementale pour les hébergements touristiques*

FONDATION POUR L'ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT

Office français

<http://www.fee-international.org>

6, avenue du Maine
75015 PARIS
Tél. : 01 45 49 40 50
Fax : 01 45 49 27 69

GREEN GLOBE 21

<http://www.greenglobe21.com>

> *Certification en environnement et tourisme durable pour les entreprises et territoires touristiques.*

Green Globe Asia Pacific Pty Ltd
GPO Box 371
2601 CANBERRA
AUSTRALIE
Tél. : +61 2 6257 9102
Fax : +61 2 6257 9103

ÉCOLABEL EUROPEEN

> *Site d'information spécifique pour la catégorie "hébergements touristiques"*

[http://www.eco-label-tourism.com/
frameset/frameset.html](http://www.eco-label-tourism.com/frameset/frameset.html)

HÔTELS AU NATUREL

[http://www.parc-naturels-
regionaux.tm.fr/hotelsaunaturel](http://www.parc-naturels-regionaux.tm.fr/hotelsaunaturel)

Uniquement pour les hôtels-restaurants implantés dans un Parc naturel régional

> *Fédération des Parcs naturels régionaux de France*

4, rue de Stockholm
75008 PARIS
Tél. : 01 44 90 86 20
Fax : 01 45 22 70 78

PLUS SPÉCIALEMENT SUR INTERNET

COMITÉ 21

> *Comité français pour l'environnement et le développement durable.*

<http://www.comite21.org>

> *Site francophone du développement durable.*

<http://www.agora21.org>

> *Annuaire des produits recyclés.*

<http://www.produitsrecycles.com>

ECOCAMPING INTERNATIONAL

> *Projet européen de management environnemental des campings.*

<http://www.ecocamping.net>

ECOTRANS

> *Base de données sur des expériences concrètes européenne en tourisme et environnement.*

<http://www.eco-tip.org>

PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR L'ENVIRONNEMENT (PNUE)

> *Nombreuses publications spécifiques sur le thème tourisme et environnement.*

<http://www.uneptie.org/pc/tourism>

TOUR OPERATORS INITIATIVE FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

> *Programme du PNUE sur le tourisme durable à destination des voyageurs.*

<http://www.toinitiative.org>

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME

> *Ressources et informations sur le développement durable du tourisme.*

<http://www.world-tourism.org>

CARIBBEAN ALLIANCE FOR SUSTAINABLE TOURISM (CAST)

<http://www.cha-cast.com>

SYNDICATS PROFESSIONNELS

Espaces verts

<http://www.espaces-verts.com>

Architectes paysagistes

<http://www.paysages.com>

Arrosage intégré

<http://www.arrosage-automatique.com>

PUBLICATIONS UTILES

Aborder la gestion environnementale dans l'hôtellerie-restauration par activités ou métiers, en regroupant ainsi l'hôtellerie traditionnelle et l'hôtellerie de plein air, est une approche inédite en France.

Les deux ouvrages suivants, conçus par thématiques environnementales (déchets, air, paysage...) apporteront cependant de multiples informations complémentaires à cet écoguide :

> "Guide environnemental à l'usage des hôteliers restaurateurs de Bourgogne"

Chambre régionale de commerce et d'industrie de Bourgogne

<http://www.bourgogne.cci.fr>

> "Mon hôtel & l'environnement"

Conseil régional d'Aquitaine, Ademe Aquitaine, François-Tourisme-Consultants.

Téléchargeable intégralement sur

<http://www.ademe.fr/aquitaine>

rubrique "Publications".

"Guide régional du recyclage et de l'élimination des déchets en Provence-Alpes-Côte d'Azur"

<http://www.guide-recyclage-paca.com>

Les quatre saisons du jardinage (magazine)

Terre vivante (voir rubrique France)

Green Hotelier (magazine)

Environmental Action Pack

IHEI (voir rubrique International)

Systèmes Solaires (magazine)

<http://www.systemes-solaires.com>

Systèmes Solaires

146, rue de l'Université

75007 PARIS

Environnement Magazine

<http://www.victoires-editions.fr>

Victoires Editions

38, rue Croix-des-Petits-Champs,

75001 PARIS

Tél. : 01 53 45 89 00

Fax : 01 53 45 89 11

"Déchets en restauration, traitement et valorisation"

Edition BPI Ref. 1144

<http://www.editions-bpi.fr>

"Les déchets de la restauration en France"

ADEME Editions

Coll. : Connaitre pour agir - 2000

Réf. 3418

"Sowing the Seeds of Change - An Environmental Teaching Pack for the Hospitality Industry"

IHRA / PNUE / EUHOFA, 2001.

(voir rubrique International).

"A Practical Guide to Good Practices - Managing Environmental Issues in the Accommodation Sector"

PNUE (voir rubrique International)

Tour Operator Initiative

<http://www.toinitiative.org>

"What Tourism Managers Need to Know : a practical guide to the development and use of indicators of sustainable tourism"

Organisation mondiale du tourisme, 1997.

<http://www.world-tourism.org>

Partenaires

ADEME



Agence de l'Environnement
et de la Maîtrise de l'Énergie

**Respect de l'environnement et
développement touristique en
Provence-Alpes-Côte d'Azur :
l'ADEME soutient les
professionnels**

Établissement public à caractère industriel et commercial créé en 1992, l'ADEME remplit le rôle d'incitation de l'État, dans ses champs de compétence :

- > maîtrise de l'énergie et des matières premières,
- > promotion des nouvelles technologies et des énergies renouvelables,
- > protection de la qualité de l'air,
- > optimisation de la gestion globale des déchets,
- > lutte contre le bruit,
- > prévention de la pollution des sols,
- > approche transversale et globale : le management environnemental.

L'implantation régionale de l'ADEME et le travail mené par l'équipe sur le terrain favorisent une approche de proximité et le montage de projets adaptés aux contextes locaux.

La Délégation régionale de l'ADEME apporte non seulement une aide financière, mais aussi et surtout un soutien méthodologique et technique qui permet aux entreprises d'optimiser et de valoriser leur démarche.

Pour plus d'informations :
<http://www.ademe.fr/paca>

CHAMBRES DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE
PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR CORSE



Une mission

Les neuf Chambres de commerce et d'industrie et la Chambre régionale collaborent au sein du réseau régional des "Conseillers environnement" pour accompagner les PME et TPE de l'industrie, du commerce ou du

tourisme dans toutes les questions relatives à l'environnement, qu'elles soient d'ordre réglementaire, technologique ou organisationnel.

Des actions d'appui au développement

- > Information et conseil aux entreprises.
- > Sensibilisation des entreprises aux problématiques environnementales.
- > Montage d'opérations collectives "Management de l'environnement / Gestion des déchets".
- > Animation d'un club d'entreprises régionales pour le développement du management de l'environnement.

Pour plus d'informations :
<http://www.pacac.cci.fr>



La Région consent un effort particulier pour la protection de l'environnement et le développement des énergies propres, veille à la bonne gestion des forêts et du système hydraulique, accorde des moyens pour la préservation de la mer, qu'il s'agisse de loisirs, d'économie, de qualité des eaux ou de préservation de la faune et de la flore aquatique.

Le rôle de la Région est de fixer des orientations d'aménagement et de développement durable de son territoire. La Région est convaincue qu'une gestion propre, efficace et maîtrisée de l'énergie permet d'agir sur la qualité de vie des citoyens et sur la préservation environnementale du territoire, d'assurer les meilleures conditions de développement de l'économie régionale.

Pour plus d'informations :
<http://www.cr-paca.fr>



donner au monde **l'énergie** d'être meilleur

EDF : une entreprise soucieuse de l'environnement

Soucieuse de l'impact de ses ouvrages sur l'environnement, EDF a entrepris une démarche de fond destinée à obtenir à l'horizon 2004 pour l'ensemble de ses unités la certification ISO 14001.

En matière de politique énergétique, elle accompagne les réflexions des collectivités pour leur permettre de répondre aux attentes des citoyens et visiteurs dans le cadre d'une vision cohérente du développement du territoire. Au moment où se dessinent des évolutions majeures pour l'entreprise, EDF réaffirme ainsi sa mission d'opérateur de service public, mais également sa volonté de participer durablement au développement de la région par l'écoute, la compréhension et la satisfaction de l'ensemble des acteurs de la vie locale et touristique.

Pour plus d'informations :
<http://developpement-durable.edf.fr>

Éditeur

Chambre régionale de commerce et d'industrie Provence Alpes Côte d'Azur Corse (<http://www.pacac.cci.fr>)
8, rue Neuve Saint-Martin - 13001 Marseille

Directeur de la publication

Dominique POGGI

Conception et coordination éditoriale

Laurence CAILLOL, Laurent GREFFEUILLE, Maryvette JULLIEN

•

Rédacteurs et concepteurs

Yohann ROBERT, Philippe FRANÇOIS (FRANÇOIS-TOURISME-CONSULTANTS - Tél. : 05 53 54 49 00 - Ph.Francois@wanadoo.fr)

Création graphique : Frédérique AUGRY (agence rébus - <http://www.rebus.fr>)

Suivi de fabrication : Geoffroy SIMON (agence rébus)

•

Crédits photo

J. WALZL ; CCI du Var ; Office de tourisme de la Grande Motte ; RMG

•

Ont également contribué à cet ouvrage

Sabrina BENMECHERI, Guillaume BERAU (FTC), Pascal BONNAFOND,

Isabelle CALZIA (CRCI PACAC), Karine DALBY (CCI Nice-Côte d'Azur), Ghislain DUBOIS (TEC),

Motti ESSAKOW (Green Globe 21), Anne-Marie FRUTEAU DE LACLOS (ADEME PACA),

Jean-Marie GAMBINO (Conseil régional PACA), Jacques GOUT (journaliste spécialisé), Céline HERTGEN (CRCI PACAC),

Richard LEDOYEN (ENERPLAN), Marie LEPLAY (FEE France-Clef verte), Patrick LEVY (Conseil régional PACA),

Cécile MICHELIN (CRCI PACAC), Michèle MUDRY (CRCI PACAC), Raymond PERRIN (Acanthe Paysage).

•

Janvier 2004

Imprimé par B&M à Canéjan (33)

