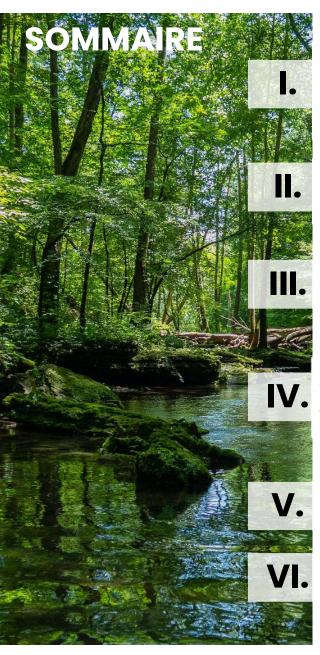




Étude qualitative sur les attentes clients

Tourisme de proximité et transition sociale et environnementale

Rapport Juin 2023



	Quel imaginaire projeté autour de la notion de courts séjours plus responsables ?	p 6
•	Quelle ambition RSE perçue sur l'offre touristique actuelle ?	p 12
l.	Quelques distinctions par cible	p 20
1.	Quels leviers pour embarquer les visiteurs vers des expériences touristiques plus responsables ?	p 33
	Synthèse et recommandations	p 58

Annexes





Vu comme un moyen aussi de renforcer son expérience de voyage, en phase avec les attentes du moment

Un imaginaire positif projeté autour du « slow tourisme » et de l'accueil



Une **déconnexion** par rapport à notre vie actuelle, pour **être plus près de la nature**, plus **isolé** (mature écosensible)











Aller dans des destinations plus authentiques, avec beaucoup de verdure, des petits villages, s'éloigner des zones touristiques (famille écosensible)

Il y a du **lâcher prise**, du **calme**, du **repos**, de la **déconnexion** (Jeune moins sensible)

Prendre le temps. Se contenter du nécessaire (mature moins sensible)





Pour autant, un enjeu de désirabilité toujours aussi prégnant, en particulier dans le cadre d'un court séjour

Un **imaginaire qui n'est pas que vertueux, notamment sur le court séjour** perçu comme plus éphémère, vu comme un condensé de détente et de plaisir



Sur des courts séjours, on veut quelque chose d'intense, on va être amené à vouloir faire beaucoup de choses en peu de temps. On va pas être vigilant sur la partie RSE (famille moins sensible)











L'enjeu d'investir le concept de tourisme RSE, sans pour autant affaiblir l'expérience attendue



Conserver la liberté comme maître mot (vs contrainte)

Laisser le choix à chacun d'intégrer ou non la dimension RSE dans son court séjour

Il y a **moins de liberté**, on se restreint (famille écosensible)



Optimiser le coût final

familles, jeunes ++

Un prix qui peut aussi servir de **levier d'attractivité** (ex : promos, remises)

Le prix quand on est une famille c'est super important, le train tout le monde ne peut pas se le permettre (famille moins sensible)



Ne pas négliger les attentes autour du confort

Seniors ++

Confort thermique, intimité, environnement calme et reposant...

Moins luxueux (jeune écosensible)



Informer et sensibiliser sans être moralisateur

Eviter l'angle trop formel ou le ton de l'injonction

Au contraire, valoriser le ton léger, de connivence, voire humoristique

Avoir **peur d'avoir des donneurs de leçon**, trop de recommandations (mature écosensible)



Garantir une expérience riche

Jeunes ++

Mettre en lumière la variété des activités, des itinéraires dynamiques et forts en émotions

Le fait que ce soit à proximité, que ce soit responsable, j'aurais **peur de m'ennuyer** pour le manque d'activité (jeunes moins sensible)





...mais dont l'ambition sur le sujet reste à affirmer





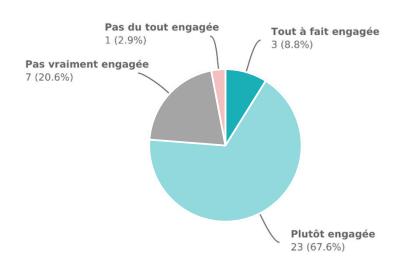
Mais, un engagement RSE encore peu perceptible

Peu d'initiatives concrètes connues à ce jour

Pour les habitants, un engagement RSE qui s'agrège autour de l'écomobilité :

- Navettes gratuites ou à prix réduit pour aller sur le littoral en été
- Transports gratuits / à prix réduit

Sur le sujet du tourisme durable, plus éthique, vous trouvez la région Hauts-de-France...





La nécessité d'investir plus nettement le sujet en HDF en combinant 2 dimensions (1/2)

#1 DES ACTES



Affirmer son engagement par des mesures concrètes

- Des décisions fortes (ex : jauges, transports gratuits le week-end)
- Des labels / chartes
- Un **bilan carbone** de la région



NB : un concept de **greenwashing** désormais intégré

 \rightarrow II ne suffit plus de dire pour faire, il faut dire ce que l'on fait



Plus de transports en commun moins polluants, mettre en place des navettes gratuites, à petit prix (mature moins sensible) Je veux des preuves, que ce soit réellement appliqué, et d'avoir un feedback sur les retombées derrière (mature écosensible)

Une ambition qui doit s'inscrire dans une démarche collective

En impliquant toutes les parties prenantes du tourisme : pouvoirs publics, professionnels du tourisme et touristes eux-mêmes

Il faut absolument selon moi qu'il y ait un **discours commun, une feuille de route commune à tous les hébergeurs**, qui va pouvoir nous donner une ligne de conduite également, une charte collective (mature écosensible)

Un **office de vérification**, je sais pas quel office pourrait s'occuper de ça, il y a des critères sur la pureté de l'eau pour les plages, la qualité de l'air (mature écosensible)





La nécessité d'investir plus nettement le sujet en HDF en combinant 2 dimensions (2/2)

#2 COMMUNIQUER ET SENSBILISER

A travers divers canaux de communication (les réseaux sociaux, les campagnes traditionnelles, les sites de réservation et d'offices de tourisme, le site de la région)

Poser des mots sur l'ambition RSE de la région et faire vivre, valoriser le concept de tourisme plus responsable :



Rendre visible les actions entreprises par la région et leurs retombées positives

- Jauges
- Labels
- Chartes
- Transports gratuits
- ...







1. Tous responsables!



Des écogestes pour partie désormais intégrés dans tous les foyers

Une attention portée sur la consommation d'eau et d'énergie

- LED
- Eteindre les appareils électriques en cas d'absence
- Eteindre les lumières en sortant d'une pièce
- Eviter de laisser couler l'eau (longues douches, bains)



Je fais **attention à l'eau et l'électricité** (mature moins sensible)

On essaie de **limiter la lumière**, éteindre quand il faut, **baisser le chauffage** (famille moins sensible)

— Vinted La limitation des déchets



- Faire le tri sélectif
- Privilégier la seconde main (smartphone, électroménager, vêtements)

Je fais des **choses basiques** comme l'achat de **seconde main**, j'achète le minimum de neuf (jeune moins sensible)

Je trie mes déchets (mature moins sensible)

La prévention de la pollution

Limiter le bilan Carbone en privilégiant les circuits courts

Je préfère prendre des produits locaux, qui ne viennent pas de l'autre bout du monde (jeune moins sensible)

Une mobilité douce ou plus écologique favorisée

Pour ceux qui en ont la possibilité (milieux urbains ++)

Privilégier la marche, vélo, transports en commun

Essayer de **prendre le vélo**, et faire de la marche sur des courtes distances (famille moins sensible)

Je vais plus prendre les transports en commun pour aller en centreville (mature moins sensible)





En termes d'initiatives, des leviers d'attractivité à envisager autour du prix, de l'expérientiel et du choix pour la cible moins éco-sensible



Si on va dans un hôtel 5 étoiles, moi je m'attends à avoir des serviettes, que ce soit chauffé, sinon on va en dortoir on ramène nos draps et on paye la nuit pas cher (senior moins sensible)

Des **écosensibles plus engagés** et **plus investis** sur le sujet

Qui seront **plus ouverts aux compromis** si ça matche avec des pratiques touristiques plus responsables (ex : un trajet plus long, un prix plus élevé) Des profils moins sensibles qui montrent plus de réserve, car ils redoutent une altération de leur expérience touristique, et ont davantage besoin d'être sensibilisés

Je n'y vais pas, **le confort c'est important.** Si je vais à l'hôtel et que j'ai froid, non. Il faut que ça soit agréable, je cherche à être bien. 19 degrés c'est juste dans une pièce de vie (famille moins sensible)

evé) | face | l'hél

Une **posture qui peut s'avérer plus rigide,** voire **intransigeante** face à certaines initiatives (ex : parties communes au sein de l'hébergement, chauffage régulé à 19 degrés)

Si je peux faire des choses comme les toilettes sèches ça ne me dérangerait pas (jeune écosensible)

Maintenant on fait des trucs adaptés aux transports, c'est dans la continuité des choses. Avec des enfants avec des âges différents, on s'organise. Si vous avez une grosse poussette, vous prenez une poussette canne, c'est une solution (famille écosensible)

Plusieurs leviers d'attractivité possibles pour garantir une expérience pratique et plaisante :

- Le prix (ex : un prix ajusté selon son bilan énergétique de la chambre)
- L'expérientiel: faire de l'initiative une expérience à part entière (ex : voyage en train pour découvrir de beaux paysages)
- La liberté: laisser le choix à chacun d'investir ou pas certaines initiatives plus clivantes (ex: chauffage régulé à 19°c)

On parlait des boutons poussoirs, ça ne me dérangerait pas, mais **ça dépend du standing de** l'hôtel. Si le prix est bas ça ne me dérangerait pas, en revanche si j'y mets le prix... (jeune moins sensible)





Imaginaire RSE par cible

Conscients Inactifs

Intensité - -

Le collectif



Conscients Actifs





- Une approche plus collective du sujet → l'engagement RSE est vu comme un moyen d'appartenir à quelque chose et d'être ensemble
- Un intérêt pour les expériences fortes et enrichissantes (espaces naturels sauvages, destinations authentiques, moments de convivialité)

Intensité ++



LES SENIORS

- Une dimension RSE moins investie → souplesse et ouverture - -
- Mais, une appétence pour la découverte de la culture et de l'histoire locale, le partage avec les habitants, les circuits-courts
- Un intérêt aussi à l'idée de s'immerger, se ressourcer dans la nature

LES FAMILLES

- Un intérêt éducationnel pour la dimension RSE → engagement et ouverture +
- Un espace domestique fortement investi → une appétence pour le soutien aux écogestes
- Un intérêt pour les activités qui permettent de se retrouver en famille (ludiques, divertissantes, sportives)

14









1. La mobilité / les transports



Un réseau d'écomobilité à renforcer

Par manque d'infrastructures, des touristes qui se disent souvent **limités dans leurs pratiques d'écomobilité**, en particulier dans les **zones moins touristiques** et **plus rurales** L'enjeu de :

Mettre à disposition des

vélos directement dans

l'hébergement



Bus, trains, zones piétonnes, pistes cyblables, bornes pour véhicules électriques, parkings à vélo

Il faut **les infrastructures** qui vont bien, qui nous évitent de prendre la voiture (famille moins sensible)

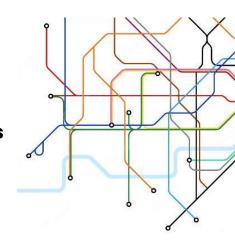
> On peut **encourager le vélo**, pour faire des balades autour de l'hébergement (famille moins sensible)

Renforcer les **offres de location** sur toute l'année

> Plus de vélos et de voitures électriques à disposition

> > Ce serait bien d'avoir une **navette collective** qui amène les gens de la gare à l'hébergement (jeune écosensible)

Pou acti **zon**



Proposer des navettes collectives

Pour desservir l'hébergement ou les activités, en particulier dans les zones moins bien desservies

Des **infrastructures existantes à rendre plus visibles** via des **plateformes centralisées** (appli...), ou la mise à disposition **d'informations sur les adresses de location**



Par ailleurs, des freins à lever autour du prix et de la praticité

Un prix à rationaliser





En particulier pour les **familles** et **les jeunes**, qui cherchent à optimiser leur budget

- Proposer un forfait à tarif unique pour utiliser l'ensemble du réseau d'écomobilité
- Proposer un tarif groupé comprenant le prix de l'activité et le coût de transport pour s'y rendre
- Initier une réduction sur le prix de l'hébergement / l'activité sur présentation d'un justificatif relié à l'écomobilité (ex : billet de train, bon de location de vélo)



Des **tickets illimités pour une journée** à **prix très bas** (famille moins sensible)

Une praticité à garantir



Notamment pour les familles plus contraintes dans leur organisation (enfants peu autonomes, plus de bagages)

- Au sein des locations de vélo, mettre systématiquement à disposition du matériel pour les enfants en bas âge (ex : porte vélo, remorque)
- Développer des services d'accompagnement des familles en transit: conciergerie, garde d'enfants, espaces dédiés, tables à langer

Ça peut être pas mal **le pass complet.** A l'époque on pouvait
acheter un pass à 15 € et on pouvait
faire pas mal d'activités, on avait des
réductions pour les musées avec
(famille moins sensible)



2. L'hébergement



L'hébergeur : un rôle stratégique pour infuser une dimension RSE en court séjour

Un référent central et rassurant tout au long du court séjour



- La première clé d'information à l'arrivée
- Le point de contact récurrent depuis lequel les touristes rayonnent vers les différentes activités

... le potentiel d'un interlocuteur privilégié sur la dimension écoresponsable

Une place à prendre pour accompagner, guider et informer les touristes :

- Sur les enjeux sociaux et environnementaux
- Sur les bonnes pratiques à adopter
- Sur les activités, les restaurants, les modes de déplacement écoresponsables





En prérequis, un hébergeur qui se doit d'être exemplaire

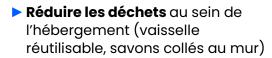
Pour incarner le rôle de guide et sensibiliser sur les enjeux RSE, la nécessité **d'investir soi-même les bonnes pratiques écoresponsables**

La gestion de <u>l'eau</u> et de <u>l'énergie</u>

- ► Eviter de changer les draps et les serviettes tous les jours
- ➤ **Eteindre la clim** en dehors des périodes de forte chaleur
- Alimenter les chasses d'eau à partir d'eau usée (douche, lavabo, pluie)
- Investir dans des énergies écoresponsables (ex : solaire, éolien, biogaz, géothermie)
- Développer des piscines écoresponsables (à eau de mer, chauffées par le soleil, bains nordiques)
- Installer des douches à énergie solaire sur les plages









 Moins de formats papier pour faire la promotion des activités
 → Des seniors plus distants, encore très attachés au papier

On voit de plus en plus de **vaisselle réutilisable** dans les hôtels (famille écosensible)

La prévention de la pollution



Favoriser les produits bio, plus écologiques (cosmétique, alimentation, produits d'entretien...)

L'entretien des infrastructures, tout ce qui est produit d'hygiène est ultra néfaste pour la pollution des eaux et de l'air. Si les grosses chaines d'hôtellerie se décidaient de prendre des produits plus écologiques... (jeune moins sensible)





21



L'hébergeur comme soutien et accélérateur des écogestes

Une sensibilisation aux écogestes

Un **livret d'accueil** reprenant les différents **écogestes** recommandés, à disposition dans le logement (ex : tris des déchets, respect de la faune et de la flore)



Pour éviter un côté trop moralisateur, un ton léger ou humoristique conseillé

Ça peut passer par des info par l'hôte qui nous reçoit ou la ville, pour qu'on puisse agir dans le bon sens, quand on arrive dans un endroit qu'on connait pas c'est pas toujours évident: savoir les lieux où on peut se rendre à pied, à vélo, comment déposer le verre, ce qu'il ne faut pas faire, sur le lieu qu'on ne connait pas (mature moins sensible)



Que ce soit fait sur un **ton humoristique**, le risque serait de
donner des conseils sous forme
d'ordre (mature moins sensible)

Un soutien aux écogestes sous forme de remise

Des **prix réduits** suivant **l'indice de consommation** de la chambre sélectionnée (eau, électricité, ménage, équipement)





L'hébergeur comme moteur du local

Une dimension locale au cœur des attentes touristiques,

sur laquelle l'hébergeur est vu comme un interlocuteur légitime pour les informer et les guider

Mettre en place la vente de produits locaux au sein de l'hébergement

Ex : un panier repas en option composé de produits locaux, mis à disposition dans l'hébergement Intégrer des produits locaux sur la partie restauration

Pour découvrir la gastronomie locale



Au niveau des petits déjeuners, il peut y avoir des **confitures locales**, ça peut passer par là aussi (mature moins sensible) Mettre à disposition un guide qui recense les producteurs, artisans, activités, restaurateurs locaux

Avoir un **guide qui recense les agriculteurs**, ça nous permettrait de nous aider à savoir ce qu'on recherche comme produit. Parfois on trouve des produits locaux par hasard. Ca peut faire mieux fonctionner les gens du coin (famille moins sensible)



L'hébergeur comme référent de l'écomobilité

Il apparaît comme le point de contact central du séjour depuis lequel les touristes rayonnent

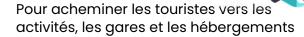


 Mettre à disposition des vélos dans l'hébergement



Dans mon activité professionnelle, j'ai des Airbnb, je mets des vélos électriques à disposition en location. Je vis à Reims, c'est facile de se déplacer à vélo. C'est une ville de plus en plus piétonne (jeune moins sensible)

 Mettre à dispo des navettes partagées



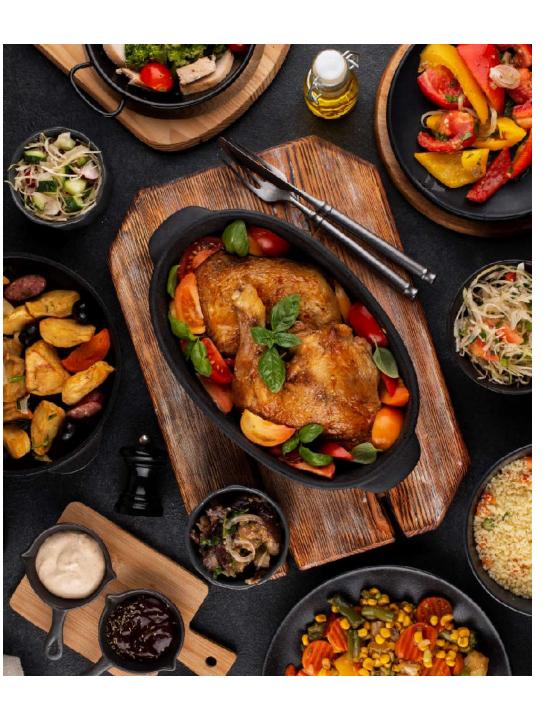
→ En particulier sur les zones moins bien desservies par les transports en commun

Des **points de collecte** pour amener les touristes dans leur hébergement (jeune écosensible)



- Les tarifs
- Le plan de transport
- Les horaires
- Les itinéraires
- Les adresses de location (vélo, voiture électrique)





3. Restauration



Les produits locaux et la restauration : l'activation d'un imaginaire à forte valeur ajoutée, autour du plaisir, de la naturalité et du patrimoine

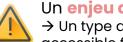


Des menus typiques, issus du patrimoine gastronomique



Des **initiatives associées au local** qui **alimentent cet imaginaire** hautement valorisé :

- Des menus avec des **produits de saison**, issus de **circuits courts**
- ▶ Des recettes fait-maison
- Des menus réduits
 - → Prévoir des menus spéciaux pour les enfants
- **▶ Cultiver soi-même** ses fruits et légumes
- Mettre en avant les fournisseurs locaux
- Des **labels** qui prouvent l'engagement du restaurateur



Un enjeu autour du prix (familles, jeunes ++)

→ Un type de restauration perçu comme moins accessible financièrement



Dans la réalité, un fait-maison pas si déployé que ça !

Il y a la **question du contrôle derrière**, il faut **un label** qui précise tout ca (famille

moins sensible)

La carte **il faut pas qu'elle soit trop longue.** Si c'est trop long c'est que c'est de l'industriel (mature moins sensible) Je préfère aller dans un restaurant qui propose des produits locaux. Quand je vais au restaurant c'est pour me faire plaisir (famille moins sensible)



Au-delà du local, des touristes qui attendent davantage de la restauration qu'elle intègre les nouveaux usages écoresponsables



L'anti-gaspi

- Renforcer le système de doggy bag dans tous les restaurants
- Mettre en place les dons alimentaires (à des particuliers ou des associations)
- Privilégier les services sur commande (vs. buffet à volonté)
- ▶ Développer des menus moins chers cuisinés à base d'invendus
- ▶ Donner les restes à des poules ou des cochons

La gestion des déchets

- Dans les selfs, installer des poubelles de tri
- Mettre à disposition des informations sur la localisation des poubelles / zones de tri

alimentaires

Les nouvelles habitudes



Ecosensibles ++

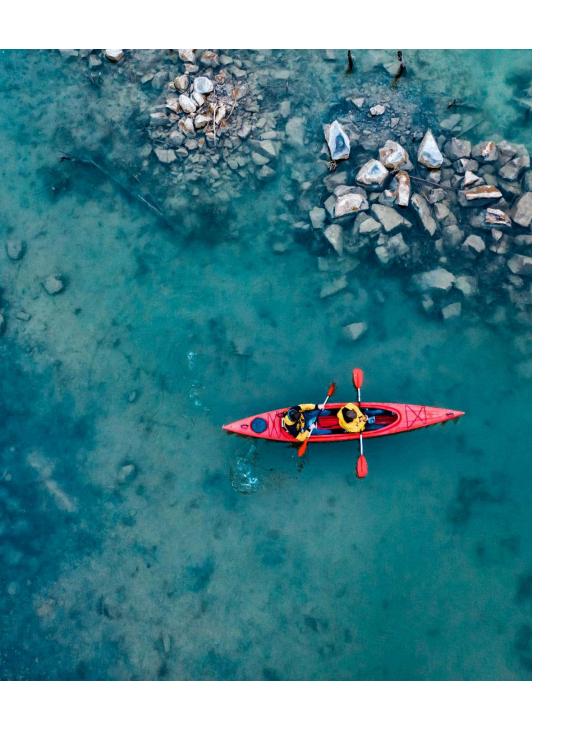


 Développer davantage les menus végans / végétariens

Nous indiquer où on peut trouver des **poubelles recyclables** (mature moins sensible)



On pourrait nous dire « vous avez pas fini votre assiette, elle va aller aux poules ou aux cochons », même le vieux pain. Certains le font et ne le disent pas. Ou alors « les repas que vous n'avez pas mangés on les donne à une association » (mature moins sensible)



4. Les activités



Des activités à forte connotation RSE qui s'imbriquent naturellement avec les attentes touristiques (1/2)

Des activités nature recherchées

Aussi bien pour se détendre, se relaxer, se dépenser ou s'amuser ensemble

- Valoriser les activités de mobilité douce (à pied, à vélo, en kayak...)
- Les visites de grands espaces naturels (parcs, jardins, forêts, lacs...)
- La découverte de la faune et de la flore



Pour les **familles** avec de jeunes enfants, des activités qui ne peuvent **pas être trop physiques** (grandes distances, activité physique intense...)

→ une nature qu'il apparaît nécessaire de protéger et de valoriser

Des mesures particulièrement valorisées

- Appliquer des jauges pour préserver les zones naturelles
- S'engager autour de labels et de chartes écoresponsables
- Communiquer des informations sur les activités et les parcours nature à faire à proximité





Les jauges c'est positif, il y a trop de monde d'un coup, donc je dis oui à 100%, ça préserve la faune et la flore (famille moins sensible)

Un **référencement des activités vertes** (famille moins sensible)



Des activités à forte connotation RSE qui s'imbriquent naturellement avec les attentes touristiques (2/2)

Des activités attendues autour du local

- Valoriser la découverte de l'histoire et de la culture : visite de musées, lieux historique, expositions, atelier d'artisan...
- La découverte de la **gastronomie** : dégustations, cours de cuisine, restaurant
- La rencontre avec les habitants : greeters, festivités, ateliers d'artisan, bars

Une dimension locale particulièrement recherchée par les familles!

Sous réserve qu'elles restent accessibles aux enfants et ados → des activités ludiques et interactives

→ un intérêt à le développer et à le valoriser

- Un guide pour recenser les producteurs, activités, festivités, centres culturels et historiques locaux
- Encourager les rencontres entre habitants et touristes grâce à des lieux de rencontre, des ateliers avec des artisans, des festivités
- Mettre en valeur la vie locale (associations, modes de vie, festivités...)



Moi ça me plait, on fait une **promotion des commerces locaux**, ça fait vivre les gens du coin, tout le monde y trouve son intérêt (mature écosensible)

La **découverte de la culture locale**, des habitants, **c'est un peu l'objectif** (famille moins sensible)



SYNTHÈSE



5 enjeux clés à avoir en tête

#1

Construire une alliance pour s'engager, **communiquer** et faire évoluer les pratiques collectivement

#2

Développer et renforcer les offres actuelles

#3

Donner à voir, **informer** sur ce qui existe #4

Inciter, motiver et **sensibiliser**

#5

S'ancrer dans un registre concret, inspirant et désirable

#1 Construire une alliance pour s'engager, communiquer et faire évoluer les pratiques collectivement



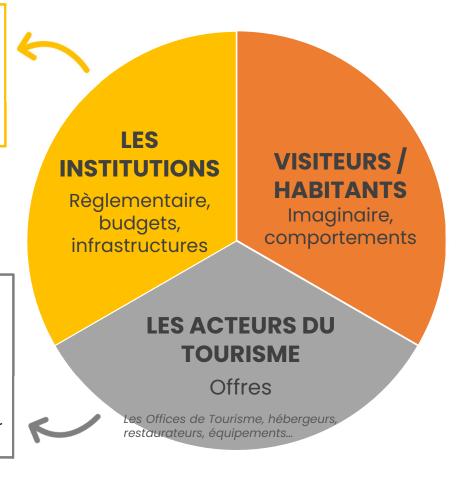
Au service du **développement** et de **l'attractivité** de l'offre touristique, un rôle clé pour :

- poser un cadre à grande échelle
- épauler les acteurs du tourisme

Un rôle déterminant pour **donner l'exemple** et **embarquer les touristes** vers des pratiques plus responsables

Pour ce faire, des acteurs du tourisme qui doivent :

- **être sensibilisés et informés** sur le sujet
- être accompagnés et soutenus pour transformer leurs offres



Le prérequis pour une transformation véritable

Pour ce faire, la nécessité de **les** sensibiliser, de les informer et de les guider dans la transformation de leurs pratiques





Développer et renforcer les offres actuelles



Des enjeux clés spécifiques aux 4 piliers

L'ÉCOMOBILITÉ

- Développer les infrastructures
- La rendre plus visible
- La rendre accessible

(ex: transports en commun, location de vélo, application d'écomobilité)



L'HÉBERGEMENT

Un **référent central privilégié** pour infuser une dimension responsable au court séjour

- ► S'aligner sur les nouvelles pratiques en matière d'hébergement
- ► Favoriser / encourager les écogestes déjà intégrés au quotidien
- ▶ Donner de la **visibilité** sur les activités, les restaurateurs locaux....

Sans pour autant nuire à l'expérience dépaysante, de plaisir du court séjour

(ex : tri sélectif, pas de changement systématique des draps et des serviettes, livret d'accueil avec des conseils sur les écogestes et un référencement des adresses locales)

LA RESTAURATION

► Valoriser les **produits** frais, issus de circuits courts, la cuisine locale, les petits producteurs

Associés très naturellement aux enjeux RSE et à forte valeur ajoutée pour les touristes



LES ACTIVITÉS

▶ Jouer à fond la carte de la nature, la découverte de l'histoire, du patrimoine et la rencontre des habitants

Sans négliger les attentes des différentes cibles jeunes et familles (dimension ludique, divertissante, d'expérience forte...)

(ex : kayak, vélo, ateliers avec des artisans, greeters)



#3 Donner à voir, informer



D'une part, faire connaître l'offre existante ou à venir

→ Sur les réseaux sociaux, les campagnes traditionnelles, les sites internet de réservation et d'offices de tourisme, le site de la région...



D'autre part, mettre en avant les réseaux d'acteurs engagés et leurs initiatives

Les associations, les habitants, les acteurs du tourisme...



#4 Motiver et sensibiliser



Attirer l'attention sur les enjeux sociaux et environnementaux

- Donner à voir le bilan carbone / énergétique du court séjour
- Mettre à disposition un livret d'accueil dans l'hébergement pour initier les touristes aux écogestes
- Informer sur l'impact des initiatives / engagements pris

→ Le tout sans culpabiliser!



Inciter les touristes à avoir des pratiques plus responsables

- Jouer sur le **prix**: consommer moins pour payer moins - familles et jeunes ++
- Jouer sur l'expérientiel: un tourisme plus responsable → la garantie d'une expérience de séjour enrichie en déconnexion, en authenticité et en convivialité
- Jouer sur le ludique : des jeux ou des challenges

#5 S'ancrer dans un registre concret, inspirant et désirable



Manifester son engagement par la preuve

- Des labels / chartes
- Des actions fortes: système de jauges, gratuité des transports
- Un bilan carbone / énergétique de l'activité, de la région, de l'hébergement...

Dans les calanques de Marseille, locaux et touristes séduits par la jauge instaurée pour limiter l'accès





Sur laquelle il est important de communiquer

La Métropole Européenne de Lille adopte la gratuité des transports en commun pour les moins de 18 ans



#5 S'ancrer dans un registre concret, inspirant et désirable



2 Employer un vocabulaire tangible et simple

Des registres de langage différents qui cohabitent et pas toujours parlants / attractifs

Militant

Institutionnel

Scientifique

Entreprise



Tourisme engagé Tourisme éthique

Eco-tourisme

Tourisme responsable

Transition écologique Biodiversité Tourisme RSE

Les mots associés : nature, vivant, habitant, local

Des registres qui ont **du sens dans certains secteurs**, mais **jugés contradictoires avec les attentes de plaisir et de dépaysement recherchés en court séjour**

Perçus comme trop abstraits, élitistes, voire culpabilisants

Un intérêt plus fort pour un vocabulaire plus intelligible et plus accessible,

rattaché à des **bénéfices touristiques concrets**





Rappel de la méthodologie

#1 BtoB

4 ITWS d'experts en visio ou par téléphone d'1h

- Direction d'équipements culturel en région
- DG CRT
- Restaurateur en région
- Hébergeur en région



#2 BtoC

6 focus groups Zoom de 2h30, de 6 participants chacun

- → Imaginaire du tourisme RSE
- → Leviers et freins à sa mise en œuvre
- → Image RSE de la région...



Questionnaire individuel online post-task de 20 min

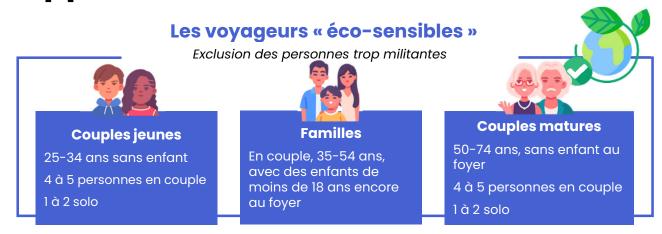
Soumis à l'ensemble des 36 participants aux focus groups

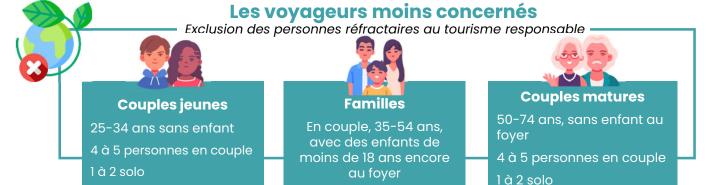
→ Hiérarchisation de pistes plus responsables pour le tourisme en région HDF





Rappel des cibles BtoC





Critères communs

- 3 habitants des Hauts de France / 3 non habitants (mais qui habitent en région limitrophe)
- Tous partent en court séjour
- · Tous ont déjà effectué un séjour en HDF
- Mix hommes femmes
- Mix CSP

Evaluation du degré d'écosensibilité sur la base :

- D'une auto-évaluation
- Complétée par des pratiques effectives au quotidien ou en court séjour