

Tourisme durable

Atelier de formation/discussions

RDÉE Canada

15 septembre 2021





TOURISCOPE.CA





1 — DE QUOI PARLE-T-ON?



Quel exemple dans votre province ou territoire incarne le tourisme durable pour vous?

CONSIGNES

1. Par sous-groupe de 2 ou 3, prenez 4 minutes pour répondre à cette question.
1. De retour en plénière, chacun·e aura 1 minute pour présenter le choix de son/sa partenaire.



Exemples cités par les participants

Région	Organisation	Faits distinctifs
Île-du-Prince-Édouard	<u>Les maisons de bouteilles</u>	• Bâtiments construits en bouteilles recyclées • Initiative d'un particulier et qui est devenue un véritable attrait touristique. • S'inscrit dans une démarche d'économie circulaire
Colombie-Britannique	Hébergement sur un rocher	• Auberge à Tofino construite sur un rocher. • Certification Green Step • Expériences en nature offertes
Alberta	Conception de circuits dans le nord de l'Alberta	• Permet d'attirer les visiteurs en dehors des grands centres touristiques et donc permet une meilleure répartition des flux de touristes et des retombées économiques. • Tourisme en régions rurales et éloignées
Ontario	Comté de Prince Edward	• Volonté de faire face au surtourisme en mettant en place un plan de gestion durable de la destination • Plusieurs sentiers (culinaire, artistiques, patrimonial) qui incitent les visiteurs à rester plus longtemps sur place • Aussi bien à destination des résidents que des visiteurs



Exemples cités par les participants

Région	Organisation	Faits distinctifs
Yukon	Entreprises en tourisme aventure-plein air	• Entreprises autosuffisantes en eau et énergie • Se sont tournées davantage vers le marché local et provincial en réaction à la pandémie COVID-19
Nouvelle-Écosse	Festival aux bleuets de Pubnico	• Mise en valeur des produits du terroir et des mets préparés par les résidents • Participation active de la communauté
Nouveau-Brunswick	<u>Cielo Glamping</u>	• Promotion des produits locaux, nombreux partenariats avec les entreprises de la région, démarche de 0-déchet • Activités nautiques proposées • Propose aussi un espace qui sert d'accélérateur pour des start-ups
Québec	Festival des montgolfières de Gatineau	• Virage durable emprunté depuis plusieurs années • Promotion des déplacements doux avec des parcs à bicyclettes et des stations de réparation des vélos





Le tourisme durable : de quoi parle-t-on?

Tourisme vert Tourisme responsable
Slowtourism Tourisme durable
Tourisme humanitaire Tourisme participatif
Tourisme solidaire
Écotourisme Agrotourisme
Tourisme équitable



Tourisme durable

«Toutes les formes de tourisme respectueuses de **l'environnement** et soucieuses du **bien-être** des populations locales d'un point de vue **économique, social et culturel.**»



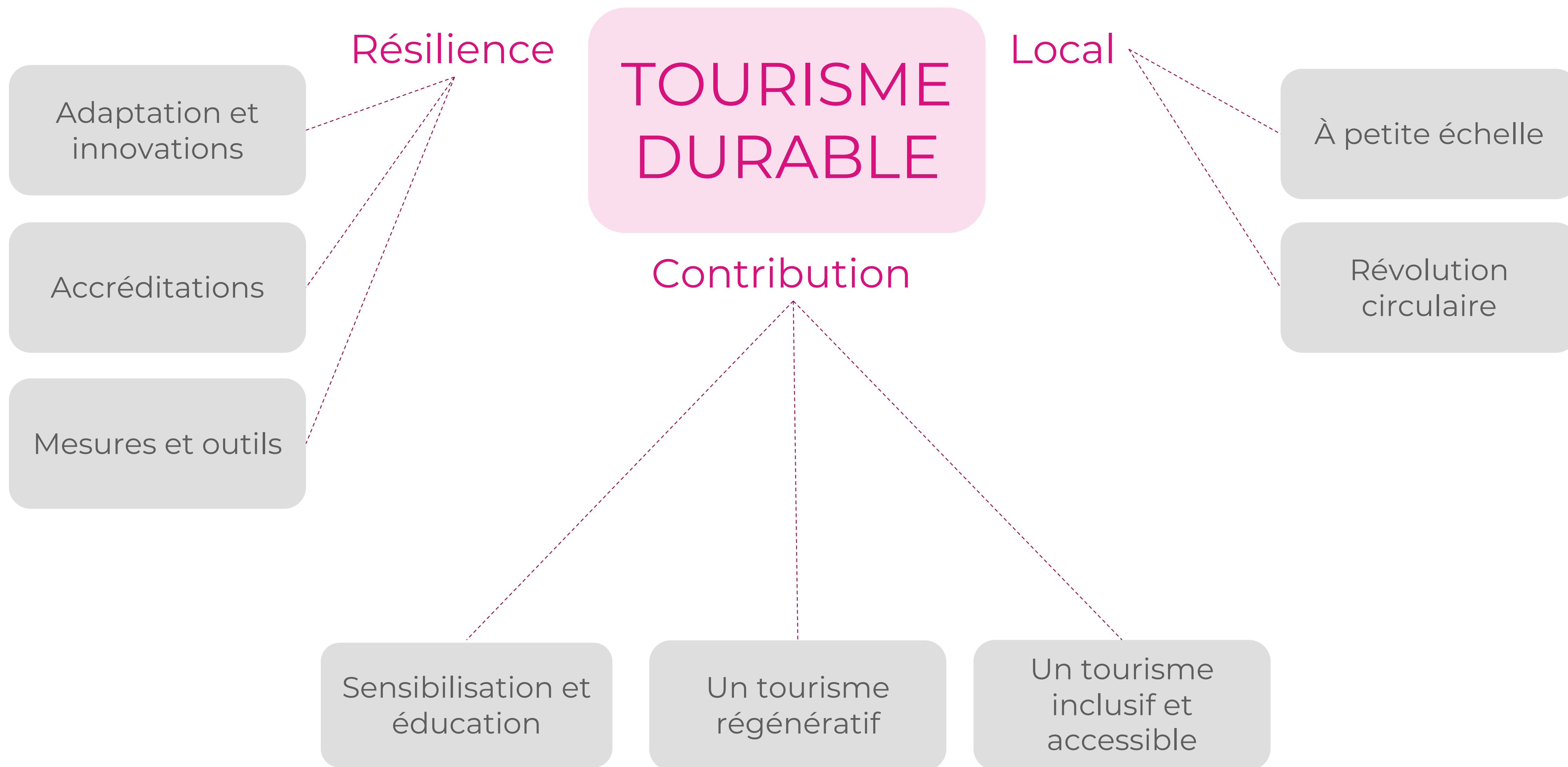
Tourisme responsable

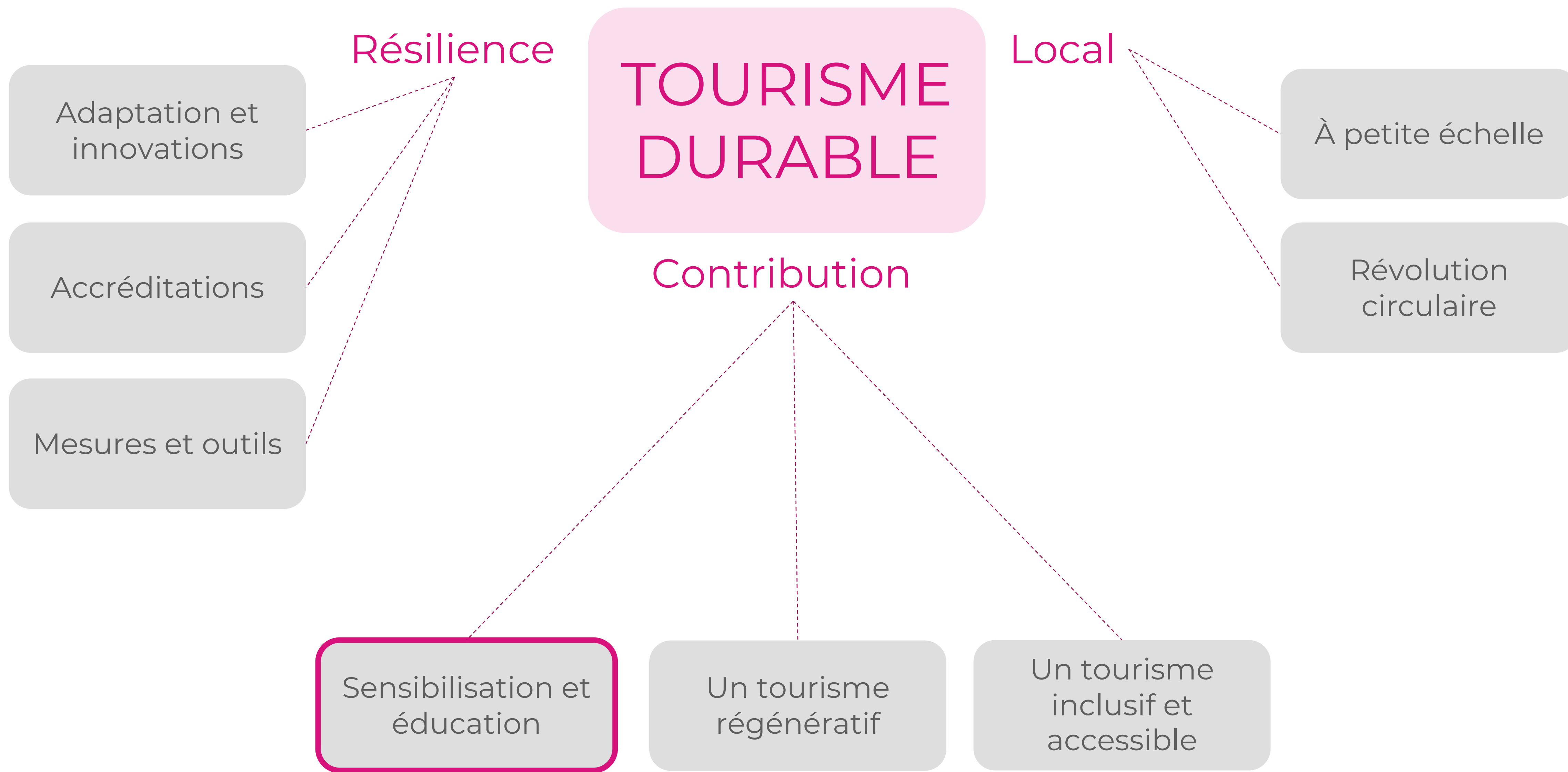
«L'OMT utilise ce terme pour définir **la responsabilité managériale des structures touristiques quant à leur impact économique, social et environnemental** ainsi qu'à la responsabilité directe du client et sa conscience sociale.»



2 — QUELLES SONT LES TENDANCES?









Scottish Outdoor Access Code (Écosse)

- Tout le monde jouit du droit d'accès à la nature, mais il faut éduquer les utilisateurs.
- De guides pour les usagers, mais aussi pour les propriétaires terriens.
- Des guides détaillés selon les activités : camping, randonnée, plage, etc.
- [Visit Scotland](#) a fait 3 vidéos basées sur ce guide pour sensibiliser les visiteurs.

Autres exemples

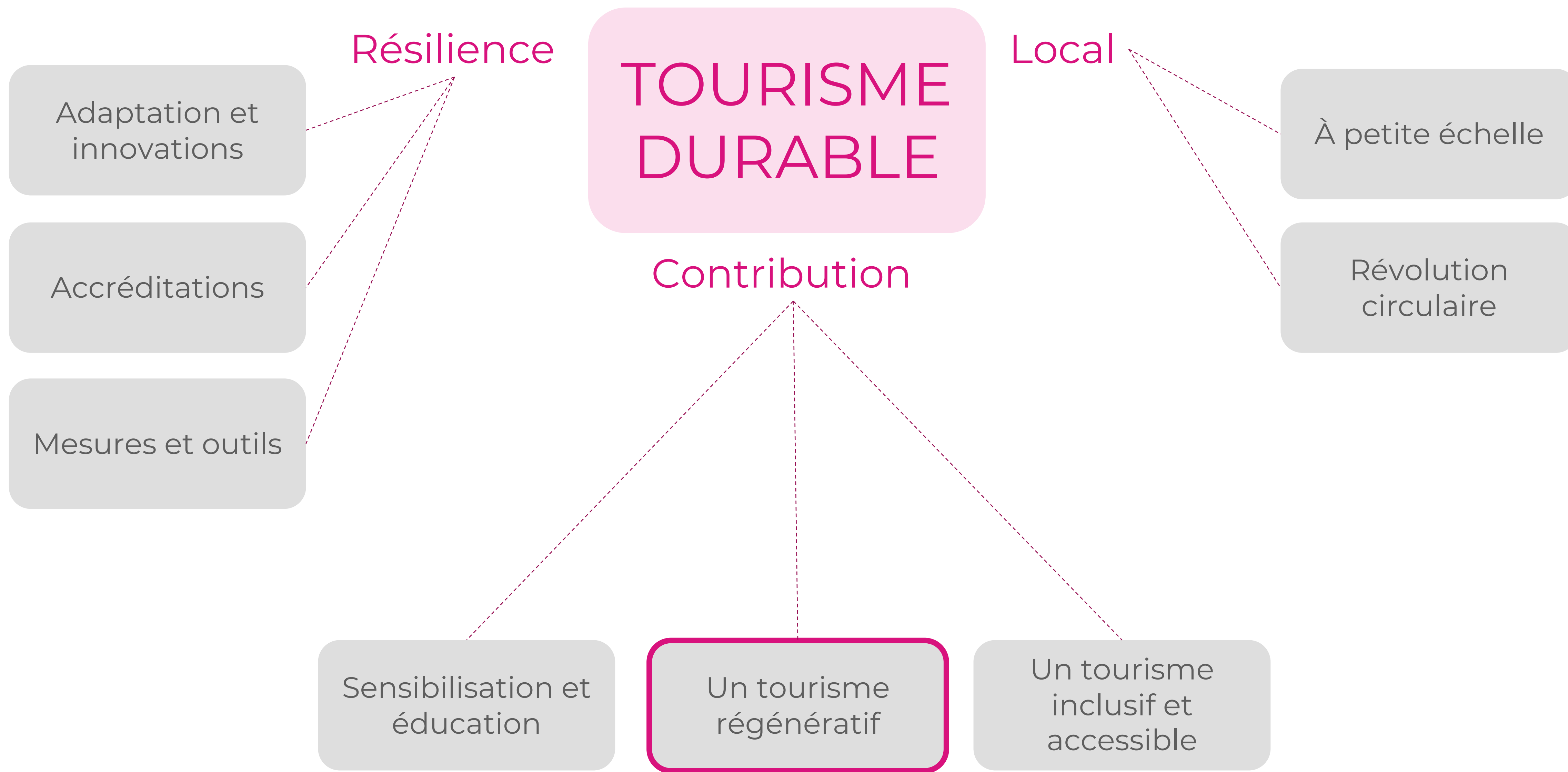
Sensibilisation et éducation

Afin de promouvoir un vrai tourisme responsable, les organisations touristiques doivent sensibiliser les visiteurs de tous niveaux au développement durable.

Comment faire? En partageant les bonnes actions mises en place, les bons gestes à adopter, en responsabilisant les visiteurs, le tout en évitant un ton moralisateur.



- [Iceland Academy](#), des modules pour guider les visiteurs à avoir un voyage sécuritaire (conduite, quoi porter, prendre des *selfies* sécuritaires, etc.).
- [Iceland Pledge](#) : serment à signer pour s'engager à voyager de façon responsable.





Red Sea Development *(Arabie Saoudite)*

- Une approche holistique pour comprendre la destination dans son ensemble en amont de la conception.
- Collaboration étroite avec les scientifiques.
- Un laboratoire d'expérimentations : élevage de coraux, recherche en biocarburant.
- Du carboneutre ou carbonégaatif.

Un tourisme régénératif

Le tourisme régénératif est une branche du tourisme durable qui, au lieu de seulement viser à ne pas générer d'impacts négatifs, a pour ambition de laisser la destination dans un meilleur état que celui dans lequel elle était.

Son objectif est de contribuer à améliorer la destination sur les plans environnemental, économique et social.

Autres exemples

- Plogging : combiner les événements sportifs et l'amélioration de l'environnement en ramassant les déchets.
- Expéditions de nettoyage organisées par Ocean Legacy Fondation.



Comment pouvez-vous œuvrer activement à la protection du territoire?

CONSIGNES

1. Discutez ensemble de la question attribuée à votre groupe :
 - Groupe 1 : Comment outiller les opérateurs et les destinations pour qu'ils ne jouent pas uniquement un rôle d'hôte, mais également un rôle de pédagogue?
 - Groupe 2 : Comment aider les visiteurs à contribuer activement à la régénération de la destination visitée?
1. De retour en plénière, partagez vos réflexions avec l'ensemble du groupe.



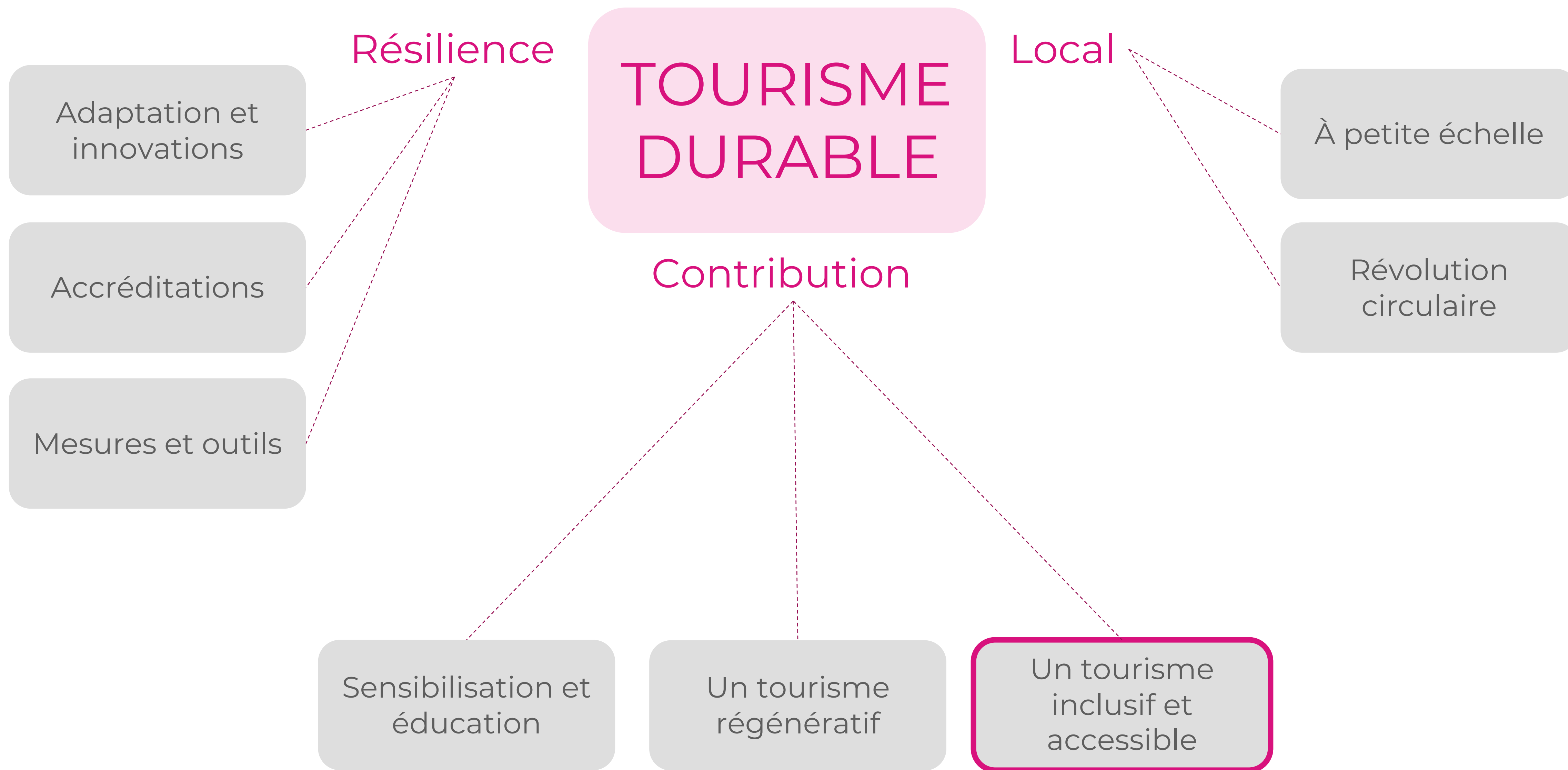
Compte-rendu des discussions

Groupe 1

- Il faut que ça se passe en amont, lors de la planification notamment.
- Les opérateurs doivent eux-mêmes être éduqués et sensibilisés.
- Rôle de RDÉE de concertation et rôle de chef de projet.
- Ça prend des bons argumentaires pour convaincre les entreprises (que vont-ils y gagner? Combien ça va coûter? Pourquoi le faire?).
- Établir des objectifs : petits et grands pour y aller un pas à la fois.
- Utiliser nos histoires à succès régionales pour inspirer les autres.

Groupe 2

- Exemple des campings : comment leur faire comprendre qu'il faut laisser leur site plus propre que quand ils sont arrivés?
- Sensibiliser le gouvernement qui a un rôle à jouer.
- Utiliser les bécosses pour mettre de l'information sur les conséquences de nos actes sur l'environnement (inspiré de la communication sur les ours).
- Slowtourism : aider les destinations à développer des forfaits qui sortent des sentiers battus.
- Cibler et se rapprocher des groupes qui font déjà de l'éducation DD (festivals), faire des partenariats avec des gens dont c'est le métier.





Whistler, destination LGBTQ+ friendly (*Colombie-Britannique*)

- Prise de conscience de la valeur du marché LGBTQ+ (campagne Pink Dot).
- Éducation et sensibilisation des ressources humaines
- Travail avec les médias queer pour donner la parole aux membres des communautés LGBTQ+.
- Développement de produit : semaine du ski gaie, festival de la fierté.

Un tourisme inclusif et accessible

Un tourisme inclusif passe avant tout par l'inclusion des communautés locales dans le développement de la destination, par la prise en compte des besoins en termes d'accessibilité, mais aussi par la création de destinations inclusives pour la communauté LGBTQ+.

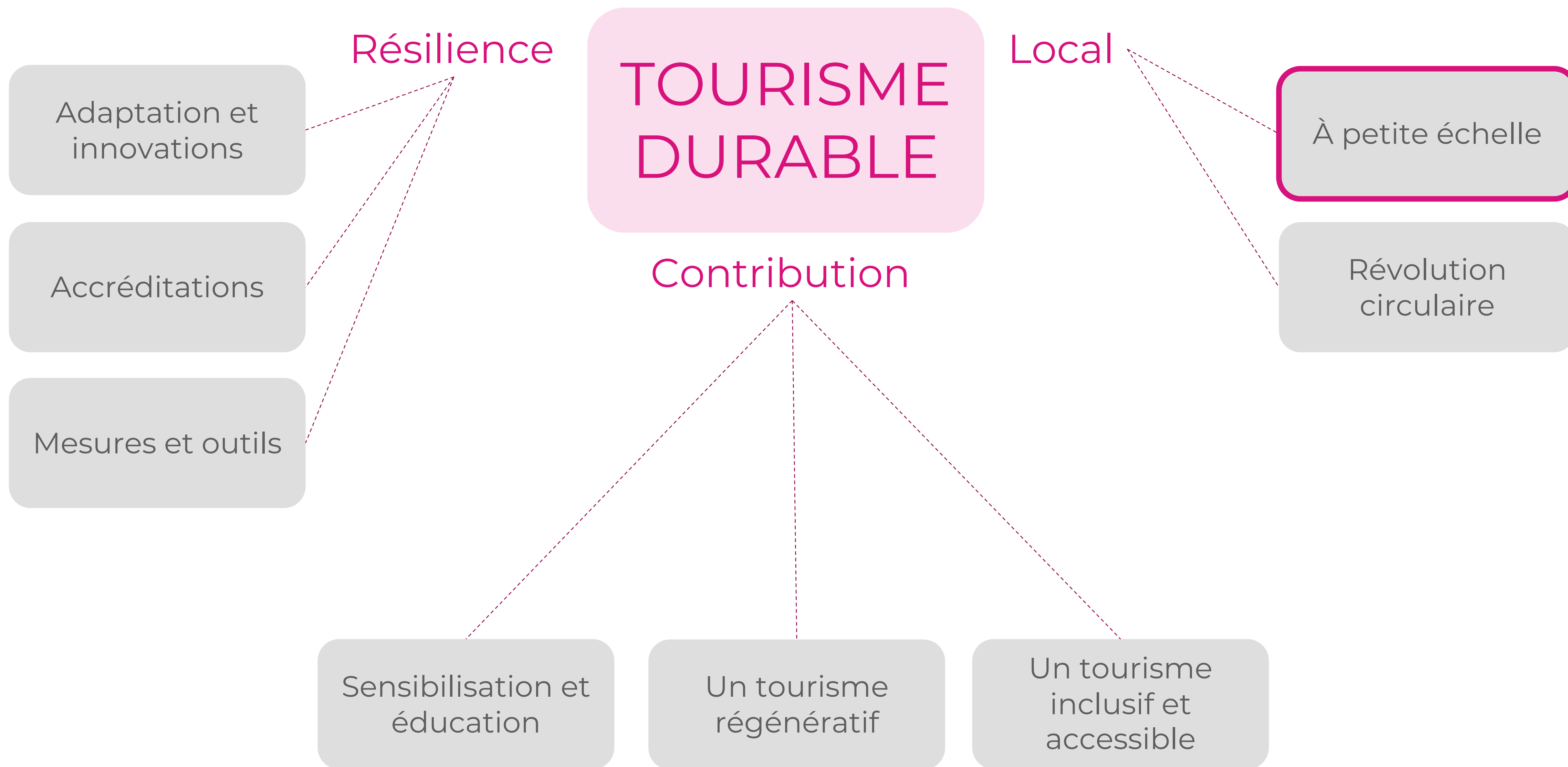


Autres exemples

- Exposition Blind Spot (Pays-Bas) : exposition 4D du Centraal Museum qui fait appel à d'autres sens que la vue.
- Langage FALC (Facile à lire et à comprendre) : phrases courtes, information simplifiée.



TOURISCOPE.CA





Edible and Drinkable Country (Suède)

- Les visiteurs peuvent réserver une table dans le bois, cuisiner et consommer leurs propres trouvailles directement sur place grâce à un kit et des recettes d'inspiration.
- Pour une expérience complète, les visiteurs peuvent réserver les services d'un guide, d'un chef cuisinier et d'ateliers de cuisines dépendamment des destinations.
- Elle se décline aussi autour des boissons avec *Drinkable Country*.

À petite échelle

Voyages de proximité, voyages en petits groupes, *slowtourism*... Les voyageurs favorisent la qualité et l'unicité des expériences plutôt que la quantité. Les circuits courts et les expériences intimistes et originales ont la côte.

Cette nouvelle vision du tourisme permet également une meilleure répartition des visiteurs sur l'ensemble du territoire.



Autres exemples

- Les microexpériences : microfestivals (ex. : [La Noce](#)), micromusées (ex. : entreprise [MICRO](#)).
- Les installations éphémères : *pop-up museums*, hébergements éphémères.

Comment pouvez-vous miser sur cette tendance pour attirer les visiteurs vers les régions moins fréquentées?

CONSIGNES

1. En groupe de 3, réfléchissez à des actions concrètes pour assurer une meilleure répartition des visiteurs sur l'ensemble du territoire.
1. De retour en plénière, partagez vos réflexions avec l'ensemble du groupe.



Compte-rendu des discussions

Groupe 1 :

- Avoir des passeports avec des étampes pour visiter les régions les plus éloignées.
- Relancer le géocaching rural.
- Utiliser les plateformes web pour faire la promotion des sites peu connus et les mettre en valeur en priorité.
- Avoir un meilleur affichage sur le terrain (ex. : aux points d'entrée).

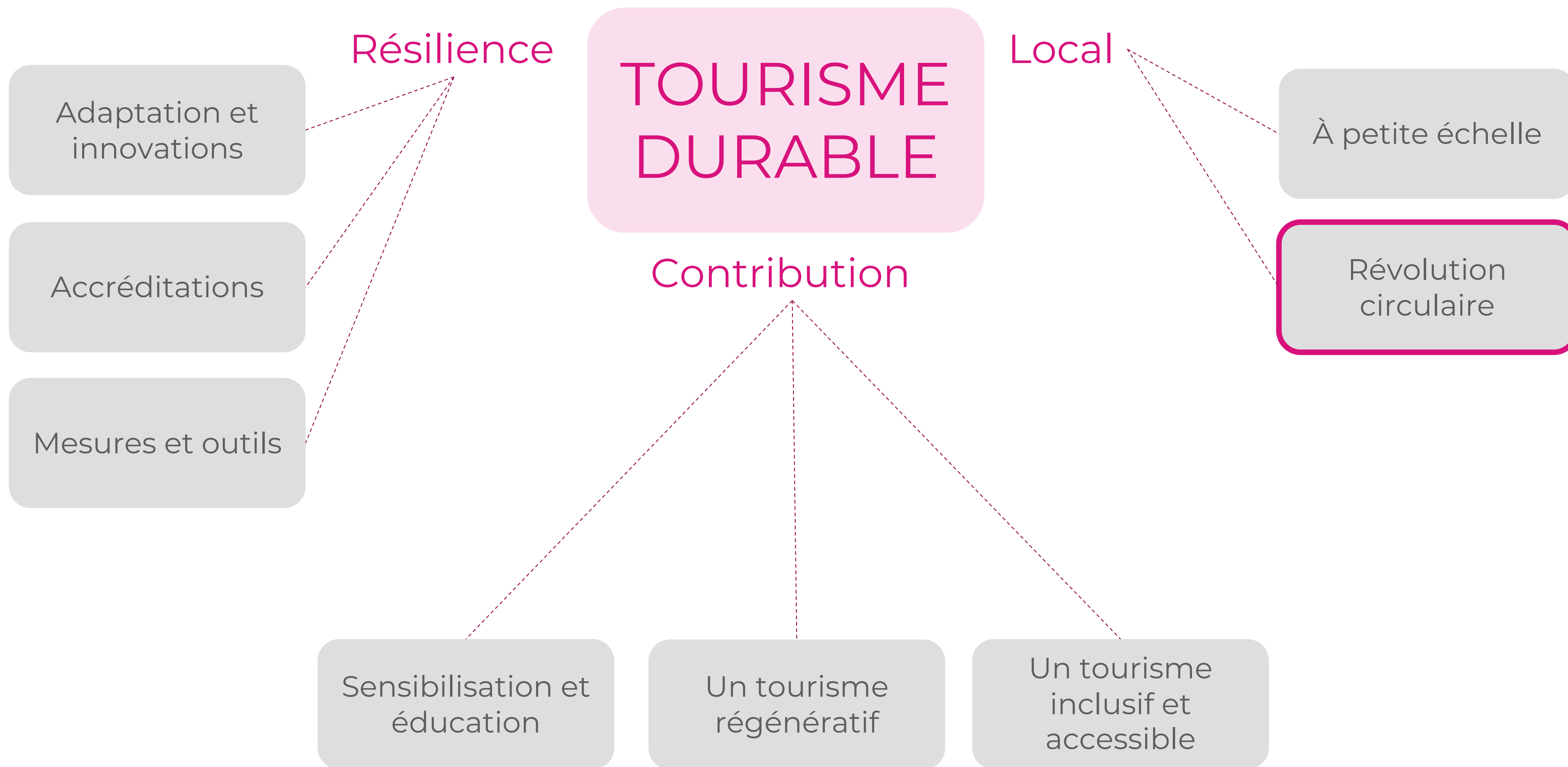
Groupe 2 :

- Faire de la sensibilisation pour le tourisme de proximité.
- Faire des partenariats avec des communautés pour inviter le touriste à vivre des expériences communautaires.
- Développer des forfaits de transports en commun pour favoriser l'accessibilité (surtout dans les régions très éloignées).
- Diviser le temps d'auto : transformer 3 h de route pour se rendre à destination en 1 journée d'exploration

Groupe 3 :

- Monter des circuits hors des sentiers battus et les faire connaître (promotion).
- Passeports culinaires Great Taste of Ontario.
- Structuration de l'offre : microaventures.
- Faire des partenariats avec des navettes.







“Reducing food waste is one of the most important things we can do to reverse global warming.”

- Chad Frischmann, Climate Change Expert

Révolution circulaire

Pour aller au-delà du zéro déchet, des entreprises innovantes s'efforcent de s'inscrire dans une démarche d'économie circulaire. Plusieurs actions existent : favoriser l'approvisionnement local, participer à des programmes anti-gaspillage alimentaire, privilégier l'écoconception, encourager le partage, etc.

Too Good to Go

- Organisme dont la mission est de lutter contre le gaspillage alimentaire. Il agit dans 4 sphères :
 - Inspirer et éduquer les particuliers
 - Accompagner les entreprises vers leur objectif de réduction du gaspillage alimentaire
 - Inspirer les écoles
 - Impliquer dans des actions publiques
- L'application mobile met en relation les entreprises (restaurants, épiceries, hôtels) avec les particuliers.

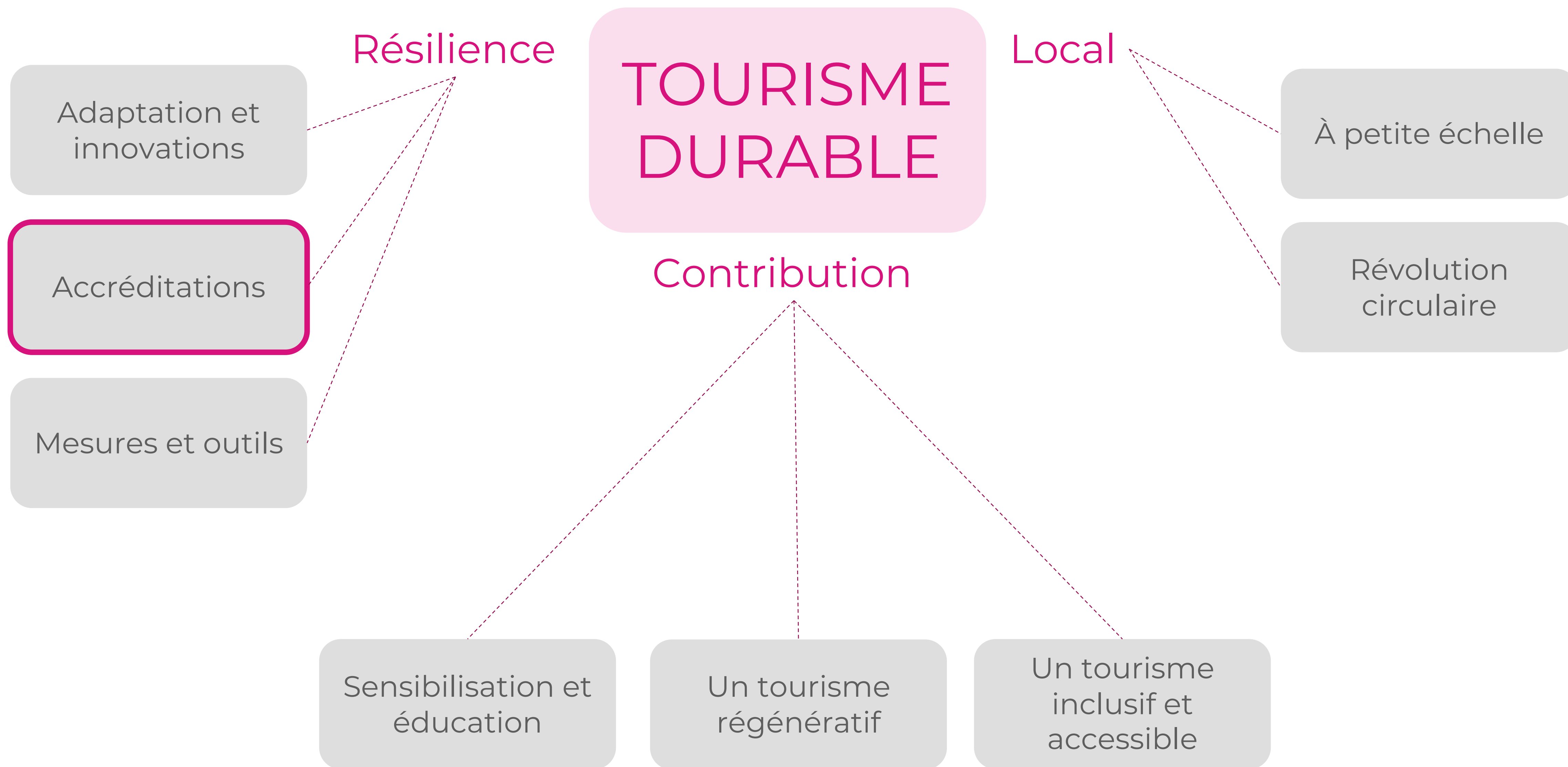
Autres exemples



- Clean the World: recycle les savons des hôtels pour les transformer et les redistribuer aux plus démunis.
- Les déchets des uns sont la matière première des autres (bière à base de pain rassis, réutilisation de la drêche, partenariat Cielo X Microbrasserie Houblon-Pêcheur, etc.).



TOURISCOPE.CA





Accréditations

Une certification reconnue permet aux organisations qui l'adoptent de gagner en crédibilité. Bien que certains clients soient méfiants face à la multiplication des labels et certifications, l'accréditation reste un bon moyen pour rassurer les visiteurs et les partenaires.

Mais surtout, se lancer dans une démarche d'accréditation, fournit un guide et une marche à suivre pour passer à l'action.

Campagne Swisstainable (Suisse)

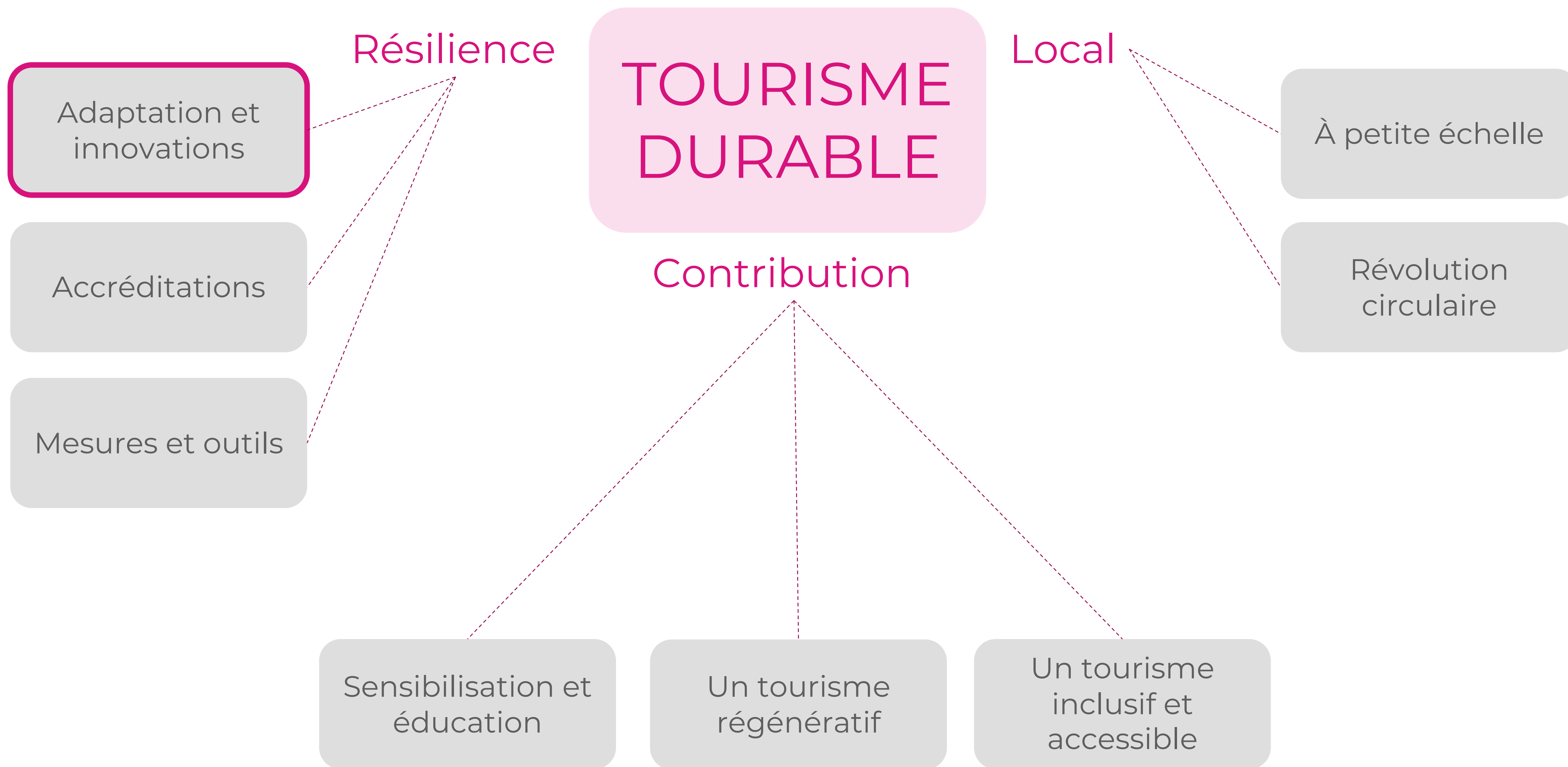
- Constat : Les clients à la recherche d'offres durables sont souvent perdus dans la jungle des labels existants.
- Objectif : Mieux orienter les clients et accompagner les entreprises.
- Programme ouvert à toutes les entreprises.
- 3 niveaux de certifications pour illustrer la diversité des situations.
- Collaboration avec d'autres organismes internationaux (ex. : Conseil Mondial du Tourisme durable).



Autres exemples

- Best Tourism Village, une initiative de l'OMT : un label, un programme et un réseau.
- Destination pour tous (France) : label qui valorise un territoire proposant une offre touristique accessible et garantit l'accessibilité de la vie quotidienne.





Développement
touristique
au nord du
49^e parallèle

TOUT LE QUÉBEC
S'INVESTIT

Votre
gouvernement

Québec



INCUBATEUR.
ACCÉLÉRATEUR
NORDIQUE

- Partenariats de 3 associations sectorielles et du Ministère du Tourisme.
- Soutien à des projets structurants pour rehausser la qualité de l'offre touristique au nord du 49^e parallèle.
- Axe nature-culture-aventure.
- Parcours d'Accompagnement (démarrage ou accélération).
- Aide financière.

Adaptation et innovations

La résilience face aux changements climatiques nécessite une approche proactive, principalement menée par l'adaptation et l'innovation. À ce chapitre, les destinations et organisations d'appui à l'entrepreneuriat jouent un rôle essentiel pour soutenir les jeunes entreprises, mais aussi toutes organisations ayant la volonté de repenser son offre et ses pratiques d'affaires.

Autres exemples

- Living Lab Laurentides en adaptation aux changements climatiques en tourisme.
- Reconversion de stations de ski : Sankt Corona (Autriche).



Comment appuyer l'innovation?

CONSIGNES

1. C'est le temps du jeu de rôle!
 - Groupe 1 : Vous êtes Anne, une jeune francophone de la Nouvelle-Écosse qui veut démarrer une entreprise d'excursions guidées en kayak avec une vision durable. Vous énoncez vos enjeux et besoins.
 - Groupe 2 : Vous êtes Yves, un propriétaire de restaurant depuis 20 ans à Saint-Boniface au Manitoba. Vous souhaitez prendre un virage durable et local. Vous énoncez vos enjeux et besoins.
1. En plénière, présentez vos besoins, le reste du groupe propose des actions concrètes pour vous appuyer.



Compte-rendu des discussions

Groupe 1 (Anne)

TOURISC

- Elle doit se faire connaître (promotion), avoir un logo, un branding.
- Besoin de connaître ses concurrents et de développer une offre distinctive.
- Besoin de connaissance des réalités du terrain, être consciente des réalités contextuelles (ex. : marées).
- Bien connaître la communauté locale et avoir une bonne réputation.
- Connaître les différents groupes, organismes locaux.
- Savoir elle peut s'impliquer auprès de la communauté (rabais offerts aux locaux, bénévolat).
- Réussir à fournir un service bilingue.
- Trouver de la main-d'œuvre qualifiée.
- Enjeu de financement et d'assurances.
- Collaborer avec les AT, la chambre de commerce, le conseil économique.
- Développer une offre en hiver.
- Créer des événements durables (ex. : ramassage des déchets).
- Vouloir être membre du Corridor.
- Collaborer avec un autre opérateur pour développer des forfaits.
- Besoin de formation en tourisme durable, développer un plan vert.
- Besoin d'aide pour connaître l'accréditation qui est faite pour elle.
- Besoin de connaître les différents groupes pour être inclusive et rendre son activité accessible à tous.

Compte-rendu des discussions

Groupe 2 (Yves)

- Maillage et mise en réseau.
- Comprendre ses objectifs, la demande de la clientèle, les avantages à faire un virage durable, les inconvénients de ne pas le faire.
- Formation (lui et ses employés).
- Entrer en contact avec son association sectorielle (pour avoir des bonnes pratiques).
- Enjeu de gestion des stocks : avoir la bonne quantité sans gaspillage et en travaillant avec les locaux.
- Communication : dire aux visiteurs et aux locaux qu'il a fait un virage durable.
- Aide pour la gestion du changement.
- Financement.
- Politique de ressources humaines inclusives et équitables.
- Connaître la saisonnalité des produits.
- Approvisionnement en produits locaux.

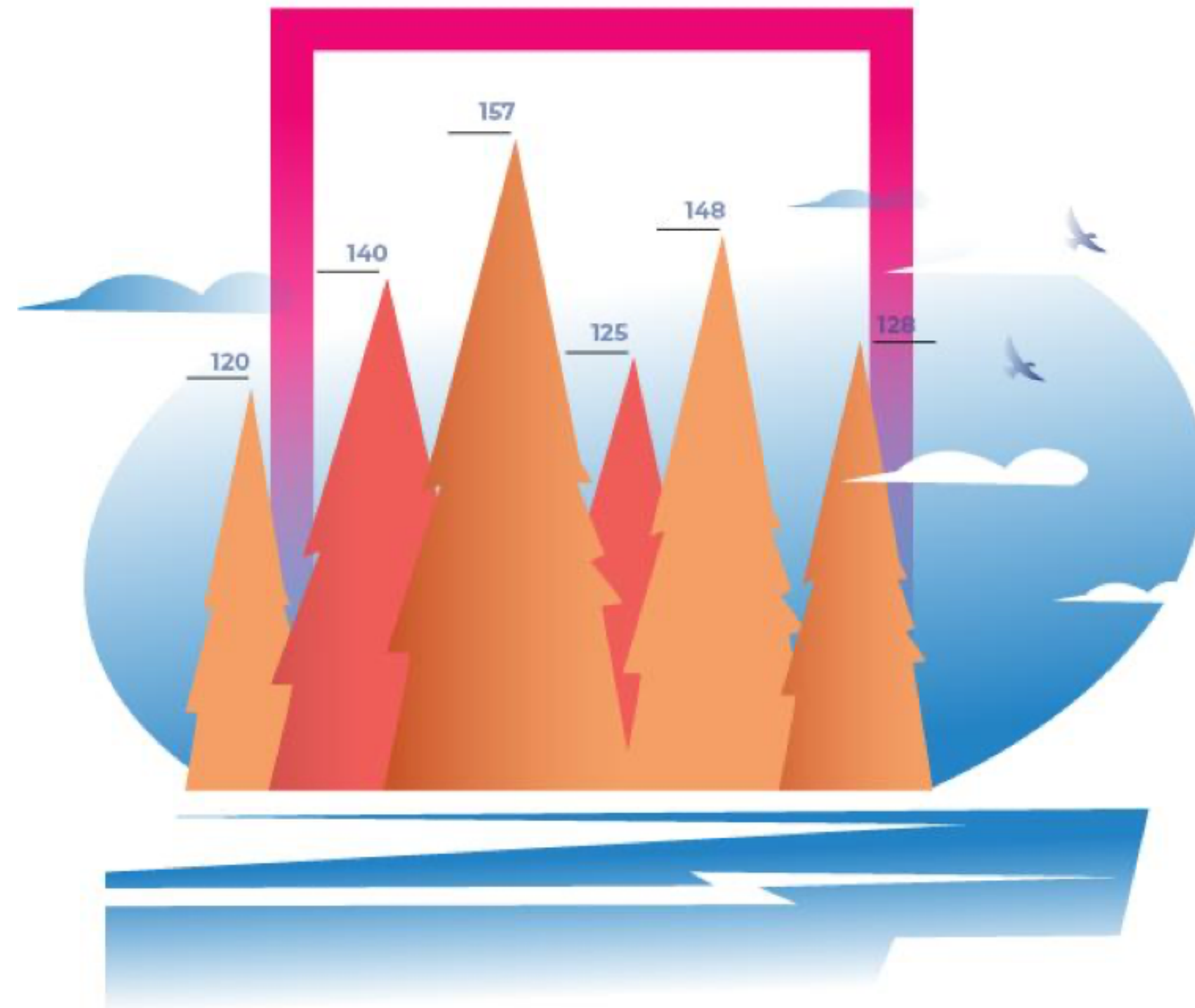
Sphères d'intervention possibles de vos organisations

- Soutien au financement des actions durables.
- Partage de bonnes pratiques et exemples inspirants.
- Mise en valeur des réussites dans la région/province/territoire (distinction, prix, soutien privilégié, promotion renforcée, etc.).
- Commercialisation et création de forfaits.
- Création de maillages entre les entreprises.
- Mise en réseau avec la communauté (intervenants clés, écoles, groupes sociaux, etc.).
- Partage d'une liste de contacts clés (association sectorielle, chambres de commerce, association touristique, etc.).
- Orientation vers les organismes d'accréditation et les organisations dédiées au développement durable les plus appropriés.
- Partage de connaissances sur le développement durable.
- Création de formations sur le développement durable en partenariat avec des organismes spécialisés.
- Communication sur les services offerts en lien avec le développement durable.





3 — COMMENT PASSER À L'ACTION?





Des indicateurs de performance pour un tourisme bienveillant (France)

Mesures et outils

Trop souvent encore, la mesure des impacts du tourisme met l’emphase sur la contribution économique du secteur et néglige les aspects environnementaux et sociaux. Et si la performance des destinations revenait à mesurer la durabilité du tourisme?

Les destinations tendent de plus en plus à revoir leur stratégie pour s’inscrire dans une démarche profitable à tous et à long terme. Cette nouvelle tendance implique de redéfinir la mesure de la performance des destinations.

		SOUS-DIMENSIONS	INDICATEURS
SOCIALE		TOURISME INCLUSIF	• Tourisme & Handicap (sites labellisés) • Label H+ (territoires labellisés) • Chèques vacances: montants utilisés en Auvergne Rhône-Alpes • Chèques vacances: nombre de sites les acceptant
		SATISFACTION CLIENT	• Satisfaction client globale • Satisfaction rapport qualité / prix • Sentiment de sécurité
		RÉPARTITION FRÉQUENTATION PAR TRANCHE D'ÂGE	• Part des nuitées françaises par catégorie d'âge
		VISITEURS / VISITÉS	• Tourismophobie (niveau d'acceptation du tourisme par les habitants) • Soutien à la croissance du tourisme
		TOURISME DE PROXIMITÉ	• Tourisme intrarégional • Part du tourisme intrarégional

	SOUS-DIMENSIONS	INDICATEURS		SOUS-DIMENSIONS	INDICATEURS
ÉCONOMIQUE	EMPLOI	• Emplois caractéristiques du tourisme • Part des projets de recrutement pour des emplois saisonniers • Part des projets de recrutement pour des emplois permanents • Part des projets de recrutement jugés difficiles	ENVIRONNEMENTALE	HÉBERGEMENTS ÉCORESPONSABLES	• Label WWF (gîtes Panda) • Écolabel européen (hébergements labellisés) • Label Green Globe (structures touristiques labellisées) • Label Clef Verte (structure touristiques labellisées)
	ENTREPRISES	• Entreprises touristiques • Ancienneté des entreprises (part d'entreprises de plus de 5 ans d'existence)		DESTINATIONS ÉCORESPONSABLES	• Flocon Vert (stations labellisées) • Stations Vertes (communes labellisées) • Villes et villages fleuris (communes labellisées) • Pavillons Bleus (plages et ports labélisés)
	INVESTISSEMENTS	• Investissements globaux		SATISFACTION CLIENT	• Beauté des paysages • Propreté de la destination • Qualité de l'air
	RÉPARTITION DANS LE TEMPS	• Part des nuitées françaises par saison		IMPACT CARBONE	• Impact carbone des déplacements des touristes français en séjour sur le territoire • Part de l'impact carbone engendré par les déplacements en voiture / avion / train / autocar • Impact carbone des déplacements des salariés du DMO (avion, train, voiture) • Impact carbone digital du DMO
	RÉPARTITION PAR ESPACE	• Part des nuitées françaises en ville • Part des nuitées françaises en campagne • Part des nuitées françaises en montagne station • Part des nuitées françaises en moyenne montagne			



Source : Indicateurs du tourisme bienveillant, Tourisme Auvergne-Rhône-Alpes

CONNAISSEZ-VOUS VOTRE COTE ÉCORESPONSABLE?



Découvrez-la
c'est gratuit

DÉCOUVRIR MA COTE

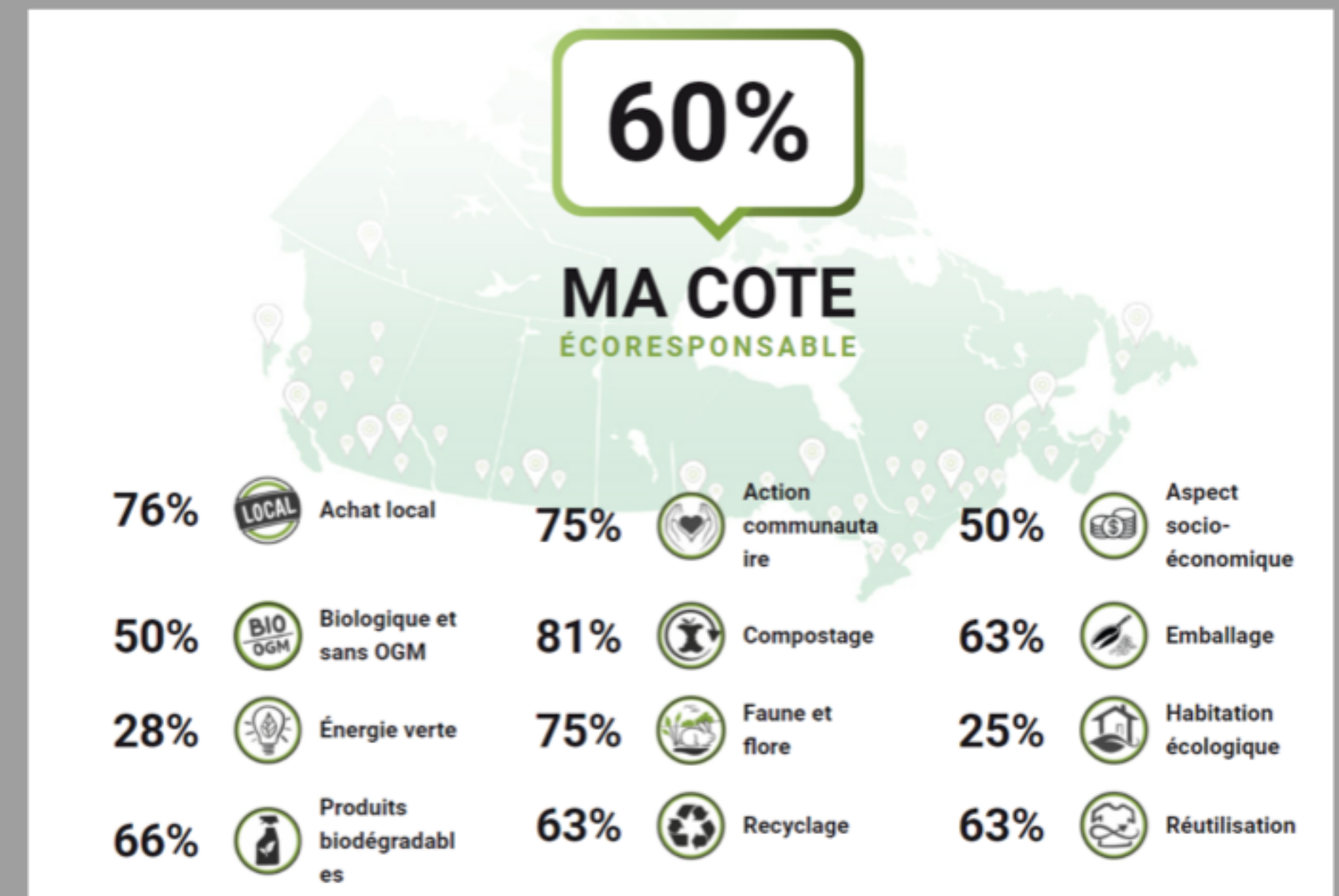
Mesurer la côte écoresponsable

De nombreux calculateurs d'empreinte carbone existent pour permettre aux touristes de mesurer l'empreinte carbone de leur voyage. Ils servent à mesurer les émissions de gaz à effets de serre émis par l'activité humaine. La mesure de l'empreinte carbone adresse spécifiquement le côté environnemental du développement durable. De nouveaux outils émergent à destination des particuliers et des professionnels pour prendre en compte les autres piliers.

Les Pages Vertes

Les Pages vertes offrent quatre services différents pour les entreprises écoresponsables :

- **Programme d'écoconseil** (inclus l'analyse de l'écoresponsabilité de l'entreprise, le développement d'une politique de développement durable personnalisée, une stratégie d'implantation et la facilitation de réseautage corporatif).
- **Programme d'attestation écoresponsable** à trois niveaux;
- **Moteur de recherche** des produits et des services attestés écoresponsables (conçu pour le B2B et le B2C).
- **Marketing, promotion et visibilité** pour les membres.





S'appuyer sur des partenariats scientifiques

On voit fleurir dans plusieurs destinations des partenariats avec la communauté scientifique notamment pour vulgariser l'information relative aux changements climatiques qui affectent et continueront d'affecter le secteur touristique. Ces organismes aident le secteur touristique à s'adapter : living lab, veille des meilleures pratiques, fiches sectorielles, mise en réseau, etc.

CoastAdapt est un centre de ressources australien qui vulgarise les données scientifiques sur les changements climatiques dans le but d'améliorer les connaissances du grand public et des entreprises et de les aider à s'adapter. Le tourisme côtier est un des 13 secteurs d'activité dotés d'une fiche d'impact et d'exemples d'actions d'adaptation.



Ouranos, Consortium sur la climatologie régionale et l'adaptation aux changements climatiques collabore avec les acteurs du milieu touristique pour sensibiliser davantage les intervenants touristiques à l'amplification des changements climatiques.

La **fresque de l'adaptation aux changements climatiques** est un atelier ludique et participatif qui permet à différents publics et secteurs d'activités d'identifier les impacts, risques et les solutions d'adaptation à l'aide de cartes.



FRESQUE DE
L'ADAPTATION
AU CHANGEMENT
CLIMATIQUE



Le canevas du modèle d'affaires

Les étapes pour l'exploiter au maximum :

Pour les opérateurs

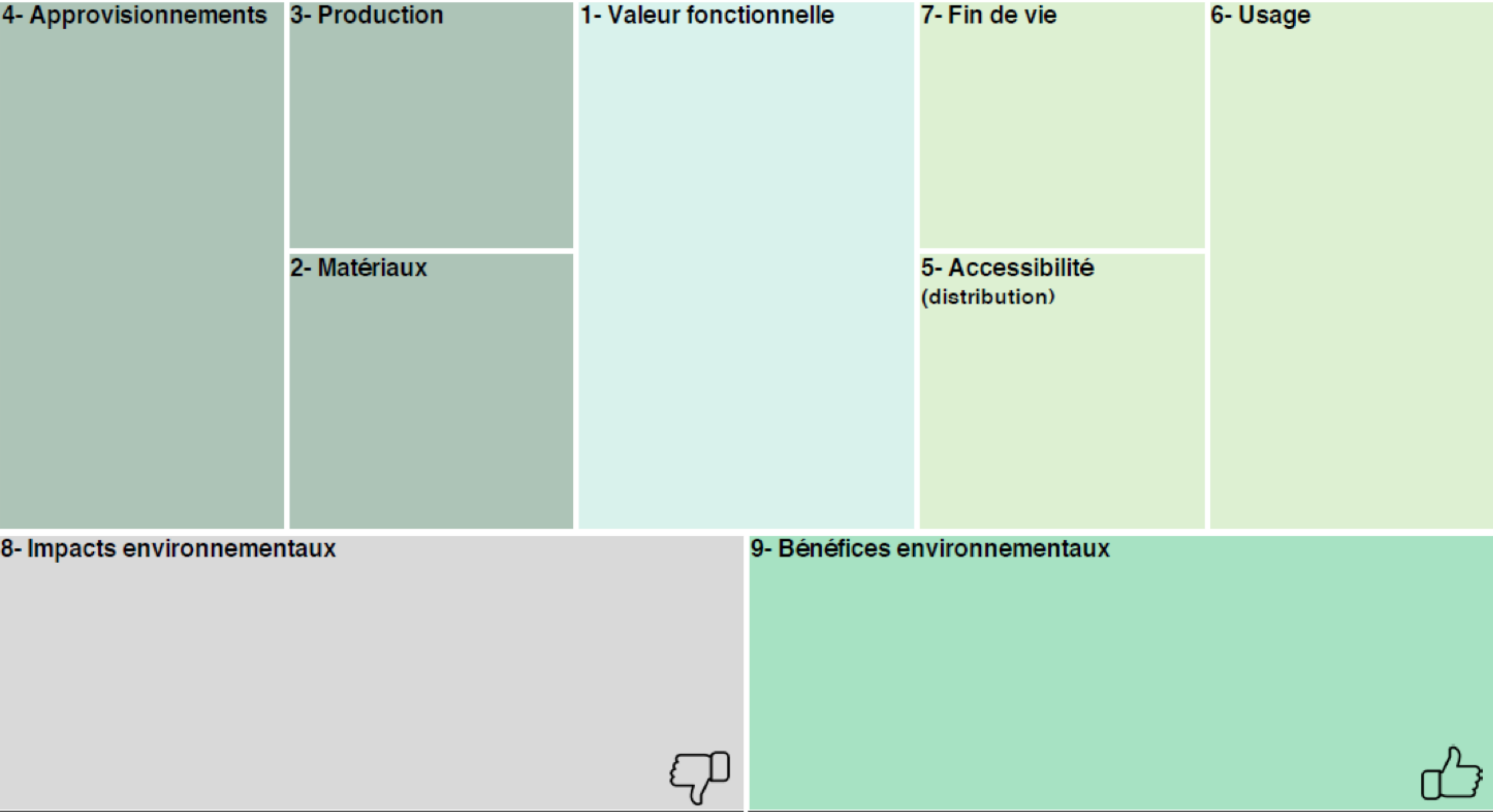
Le canevas du modèle d'affaires environnemental permet de réfléchir et présenter de façon organisée les impacts négatifs et positifs des activités, selon la perspective du cycle de vie des produits. Ce canevas peut également être adapté pour analyser les impacts sociaux d'un organisme, selon la perspective des parties prenantes.

Canevas de modèle d'affaires environnementales

4- Approvisionnements Quelles sont les autres ressources nécessaires pour produire l'offre ? Les processus sont-ils efficaces ? Objectif 1 idée 1 idée 2	3- Production Quels sont les principales activités nécessaires pour produire l'offre ? Les processus sont-ils efficaces ? Activités en backoffice, en cuisine, aménagement, ménage des chambres, service à la clientèle, vente, IT, marketing, logistique, etc. Objectif 2 idée 3	1- Valeur fonctionnelle Décrire de façon quantitative le produit / service ou encore le besoin répondu. - Quantifier l'activité - Définir une période de temps Permet de clarifier qu'est-ce qui est à l'étude dans l'exercice et sert de base pour quantifier les impacts. Exemples : - 200 chambres disponibles en location pendant 6 mois de l'année, avec un taux d'occupation moyen de 70% = environs 25 000 nuitées. - 50 000 jours-ski enregistrés sur une saison de 120 jours avec des pointes d'achalandage à 4000 skieurs pendant les vacances scolaires.	7- Fin de vie Comment se termine-t-il du produit / service après son utilisation ? Objectif 4 idée 5	6- Usage Comment les clients utilisent-ils les produits / services ? Comment les clients utilisent-ils les produits / services ? Objectif 3 idée 4 idée 6	5- Accessibilité (distribution) Comment les clients accèdent-ils à l'offre ? Et les employés ? Modes de transport et distance parcourue, emballage des produits, outils de communication, etc.
8- Impacts environnementaux En somme, quels sont les impacts négatifs des activités de l'organisation sur l'environnement. Utiles si possible. VISION : Réduction anticipée des impacts négatifs - Empreinte carbone - Consommation de ressources (matières premières et gros postes d'achats) - Dégradation des écosystèmes - Impacts sur la santé humaine ...		9- Bénéfices environnementaux En somme, comment l'organisation crée-t-elle une valeur écologique, une contribution positive pour l'environnement. Utiles si possible. VISION: Bénéfices anticipés - Réduction de l'utilisation des ressources - Sécurité des activités - Conservation des écosystèmes - Sensibilisation de la clientèle - En somme, contribution positive ...			

Canevas de modèle d'affaires environnemental

Cet outil vous permet de visualiser les impacts **environnementaux** de vos activités sur l'ensemble de votre **cycle de vie**, en mettant en perspective les activités préalables à l'expérience client (encadrés 2-3-4) et celles survenant simultanément ou ultérieurement (5-6-7). Certaines **parties prenantes** émergent de cet exercice. Les encadrés 8 et 9 permettent de résumer les impacts et bénéfices environnementaux de ces activités. Utilisez-le d'abord pour représenter les activités telles qu'elles sont présentement. Réfléchissez aux occasions d'amélioration, notamment sur ce qui génère le plus d'impact dans votre modèle.



Pour savoir comment l'utiliser, cliquez [ici](#).

Outil adapté de : Joyce, Alexandre, et Raymond L. Paquin, *The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models*



Téléchargez le modèle [ici](#).

Quel(s) autre(s) outil(s) pouvez-vous suggérer au groupe pour les aider à suivre la voie du développement durable?

CONSIGNES

1. **C'est le moment d'échanger! Prise de parole libre, levez simplement la main lorsque vous souhaitez prendre la parole.**



Outils suggérés par les participants

- Formation en tourisme durable du GSTC :
<https://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-training/certificate-in-sustainable-tourism/>
- Sustainable Tourism 2030 Pledge (outils de mesure et d'amélioration de la durabilité des entreprises touristiques) :
<https://www.sustainabletourism2030.com/pledge/>





Comment vous sentez-vous?

