WECOUNT

RÉALISATION D'UN BILAN GES

GUIDE PRATIQUE POUR LES OFFICES DE TOURISME

Découvrez la méthode et les retours terrain de 9 Offices de Tourisme pour évaluer efficacement l'empreinte carbone de votre structure et définir votre trajectoire de réduction !

+20 idées d'actions pour votre plan de décarbonation

ONLY LYON

PROVENCE MÉDITERRANÉE
TOUT VIVRE. BIEN VIVRE.

Tourisme STRASBOURG
Loisirs & Congrès

Le voyage à Nantes

L'office de tourisme
AGENCE D'ATTRACTIVITÉ
MULHOUSE SUD ALSACE

VALENCE ROMANS TOURISME DOUCE DRÔME

SÉM
SAINT-ÉTIENNE
la métropole
tourisme & congrès

dijon BOURGOGNE TOURISME & CONGRÈS

clermont
auvergne
volcans

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos **2**
→ Pourquoi ce guide ? 2
→ Dans quel cadre ce guide a-t-il été réalisé ? 2
→ Ce que vous trouverez dans ce guide 3
→ Remerciements 3
COMPRENDRE LES ENJEUX CLIMAT DES OFFICES DE TOURISME **4**
1. Chiffres clés du tourisme et du climat 4
2. Quels risques pour les offices de tourisme face au changement climatique ? 4
a. Risques physiques 4
b. Risques réglementaires 6
c. Risques de marché et/ou réputationnels 7
d. Risques techniques et organisationnels 8
BILAN GES DES OFFICES DE TOURISME : PÉRIMÈTRES ET MÉTHODE **9**
1. Définir le périmètre du bilan 9
a. Périmètre organisationnel 9
b. Périmètre opérationnel 11
c. Périmètre temporel 13
2. Comptabiliser les principaux postes d'émissions 14
a. Mobilités visiteurs et visiteuses 14
b. Achats de produits boutique 18
c. Alimentation 18
d. Numérique 20
e. Bâtiments 22
f. Achats de services 23
3. Définir sa trajectoire de réduction des émissions 25
a. SBTi et les objectifs internationaux 25
b. Trajectoires nationales et institutionnelles 26
L'APRÈS BILAN CARBONE : QUELLES ACTIONS METTRE EN PLACE POUR UN OFFICE DE TOURISME ? **27**
1. Quelques idées de leviers d'action 27
2. Miser sur le collectif 30
CONCLUSION **33**
À propos de WeCount **35**
Lexique **37**
Liens utiles **37**

Avant-propos

→ Pourquoi ce guide ?

Les Offices de Tourisme ont un rôle essentiel à jouer dans la transition du secteur touristique. Pour agir efficacement, encore faut-il disposer d'une vision claire de son empreinte carbone et d'une méthode de calcul adaptée aux spécificités du secteur.

Ce guide a été conçu pour aider les Offices de Tourisme à réaliser leur bilan de gaz à effet de serre (GES), en s'appuyant sur des choix méthodologiques partagés, des retours d'expérience concrets et des bonnes pratiques issues du terrain.

Il s'adresse aux responsables RSE, directions et équipes en charge des démarches climat, qu'il s'agisse d'un premier bilan GES ou d'une démarche déjà engagée.

→ Dans quel cadre ce guide a-t-il été réalisé ?

Ce document est le fruit d'un travail collectif mené par sept Offices de Tourisme accompagnés par WeCount dans le cadre d'une Promotion Climat dédiée au secteur touristique : ONLYLYON Tourisme et Congrès, Le Voyage à Nantes, les Offices de Tourisme de Strasbourg, Dijon Bourgogne Tourisme & Congrès, Provence Méditerranée, Valence Romans et Saint-Étienne Métropole.

Pendant plusieurs mois, ces structures ont travaillé à la réalisation de leur bilan GES à travers des temps de formation, des ateliers collectifs et un accompagnement individuel. Cette démarche s'est appuyée sur la plateforme carbone et ESG de WeCount, utilisée pour faciliter la collecte des données, réaliser les calculs d'émissions et suivre les résultats dans le temps.

Tout au long de cette démarche, elles ont été confrontées à des questions méthodologiques spécifiques au secteur : périmètre à retenir, données à mobiliser, hypothèses à formuler ou encore choix des facteurs d'émission.

Ce guide rassemble les enseignements issus de ce travail collectif, enrichis par les accompagnements menés depuis auprès d'autres Offices de Tourisme, notamment Clermont Auvergne Volcans et l'Office de Tourisme et des Congrès de Mulhouse. Il vise à partager des repères pratiques pour faciliter la réalisation des futurs bilans GES des Offices de Tourisme.

Il s’inscrit en complément des fondamentaux de la comptabilité carbone et des référentiels de référence. Il n’a pas vocation à les remplacer, mais à apporter des repères méthodologiques spécifiques aux réalités des Offices de Tourisme.

→ Ce que vous trouverez dans ce guide

- Les principaux choix méthodologiques à retenir pour réaliser un bilan GES d'Office de Tourisme.
- Des recommandations pour définir le périmètre d'étude et organiser la collecte des données.
- Des repères pratiques pour traiter les principaux postes d'émissions du secteur touristique.
- Des pistes pour fixer une trajectoire de réduction et engager les premières actions de décarbonation.

→ Remerciements



Nous remercions l'ensemble des équipes des Offices de Tourisme participants pour leur implication, leur transparence et le partage de leurs retours d'expérience tout au long du programme.

Un remerciement particulier à Virginie Carton, Directrice Générale d'ONLYLYON Tourisme et Congrès, dont l'engagement et la mobilisation ont largement contribué à faire émerger cette dynamique collective au service de la transition du secteur touristique.

COMPRENDRE LES ENJEUX CLIMAT DES OFFICES DE TOURISME

1. Chiffres clés du tourisme et du climat

Le tourisme en France est un pilier économique majeur, avec plus de 100 millions de visiteurs internationaux, et près de 78 milliards d'euros de recettes internationales en 2025.

En 2024, la fréquentation des hébergements collectifs a atteint 451 millions de nuitées, dépassant le niveau d'avant la crise sanitaire, avec :

- Hôtels : 214,5 millions de nuitées (48 %), dont un tiers pour le tourisme d'affaires, en baisse par rapport aux années précédentes
- Campings : 141,2 millions de nuitées (31 %), soutenus par la clientèle non résidente
- Autres hébergements collectifs (résidences de tourisme, villages vacances, auberges de jeunesse) : 95,3 millions de nuitées (21 %), en légère hausse

La France a accueilli 100 millions de touristes internationaux en 2024, générant 71 milliards d'euros de recettes internationales.

Du point de vue économique, le tourisme représente près de 8 % du PIB français et soutient plus de 2 millions d'emplois directs et indirects. La balance commerciale du secteur est positive, avec un excédent de 20,1 milliards d'euros en 2025. Le tourisme contribue également à la croissance économique par le dynamisme des dépenses des visiteurs internationaux et domestiques.

2. Quels risques pour les offices de tourisme face au changement climatique ?

L'accueil des touristes, nationaux ou internationaux, se fait et se fera dans les années à venir dans un monde soumis au dérèglement climatique. Le secteur et les structures qui le composent sont donc soumis à ce contexte de croissance, tout en devant faire face à un certain nombre de risques.

a. Risques physiques

Les risques liés au changement climatique sont nombreux pour le secteur en France et sont très variables selon les territoires. Les risques présentés ici sont les risques majeurs qui peuvent être rencontrés par les structures du secteur sur le territoire français. Chaque établissement sera soumis à des risques spécifiques qu'il peut être

pertinent d'évaluer; des outils d'évaluation de ces risques sont présentés dans les liens utiles.

Ces risques peuvent être classés en trois catégories : les risques physiques aigus, les risques physiques chroniques et les risques pour les chaînes d'approvisionnement.

Les risques **physiques aigus** sont les risques liés à la fréquence et à l'intensité des évènements climatiques majeurs. Ils peuvent créer des dégâts importants sur les établissements du secteur et vont perturber de plus en plus fréquemment les activités du secteur :

- Les inondations sont plus fréquentes et importantes sur les zones exposées et il est important pour les établissements situés dans des zones inondables d'évaluer leur exposition à ce risque.
- Les canicules deviennent récurrentes et sont plus intenses et plus longues, ainsi certaines zones ont atteint des pics de chaleur de 46°C en 2019. Ces fortes chaleurs peuvent mettre en danger les personnels et les touristes et générer des surcoûts importants, liés par exemple à la génération de froid et donc aux consommations d'énergie.
- Certaines zones sont exposées à des risques de feux de forêts importants sur des périodes de plus en plus longues parfois appelés méga feux par leur ampleur nouvelle.
- Pour les zones côtières, le risque de submersion et de tempêtes est en augmentation et les infrastructures ne sont pas encore adaptées.

Tous ces risques peuvent remettre en question le maintien de certaines activités touristiques du territoire. Par exemple, les bateaux touristiques ne peuvent plus circuler pendant les périodes de hautes eaux, liées aux fortes précipitations. Certains musées ont été contraints de fermer et les visites guidées ont été annulées durant les fortes chaleurs de juin 2026.

Les risques **physiques chroniques** sont des transformations permanentes du climat qui vont impacter le modèle économique du secteur. Ces risques peuvent entraîner des baisses de fréquentation de certaines zones touristiques.

- La raréfaction de la ressource en eau peut impacter le confort des touristes. En 2019, 88 départements ont vécu au moins une alerte sécheresse dans l'année et en 2025, 5 communes de la vallée des Usses en Haute-Savoie ont vécu une pénurie d'eau et ont dû être ravitaillées par camions citernes.
- La montée du niveau de la mer conjuguée à l'érosion côtière vont rendre certaines zones non assurables et inhabitables à terme. Un million de Français sont concernés par un risque de submersion de leur logement d'ici à 2050.
- Selon Météo France, d'ici à 2050 le nombre de jours d'enneigement à 1800m pourrait diminuer de 26 jours en moyenne pour les Alpes du Nord, de 47 jours pour les Alpes du Sud et de 55 jours pour les Pyrénées. Les établissements

situés dans des zones de montagne vont donc voir leur fréquentation diminuer. Dans un contexte de raréfaction de la ressource en eau, le risque de ne pas pouvoir compenser cette perte d'enneigement par la neige artificielle est bien présent.

Ces risques physiques aigus et chroniques peuvent amener la clientèle du secteur à se reporter sur des zones moins touchées.

Par exemple, l'augmentation de la fréquence et de l'intensité des canicules peut amener les touristes estivaux à modifier leurs destinations habituelles. Cela représente un risque pour certaines zones et une opportunité pour d'autres zones en termes de développement touristique.

Les risques systémiques liés au changement climatique sont les risques qui vont toucher le secteur de manière indirecte car d'autres acteurs de leur chaîne seront impactés :

- La perturbation de l'approvisionnement en matière première liée aux évènements climatiques risque d'affecter fortement les secteurs agricole et industriel. L'approvisionnement en denrées agricoles ou en produits finis sera donc touché par une augmentation des prix, en plus du risque de pénurie pour certains produits. Par exemple, d'ici à 2050 les surfaces disponibles pour la culture du café devraient être réduites de 50% ce qui pourrait contribuer à une envolée durable du cours du café.
- Les coûts de l'énergie pourraient connaître des évolutions similaires. La baisse des productions d'énergies fossiles conjuguée à la difficile adaptation du parc nucléaire aux fortes chaleurs et aux pénuries d'eau pourraient amener à une hausse des coûts substantielle de l'énergie.

b. Risques réglementaires

Les risques réglementaires sont déjà bien présents pour les bâtiments accueillant du public. Dans le contexte de dérèglement climatique, cela pourrait s'accompagner de nouvelles réglementations sur les émissions carbone des événements organisés ou de certaines activités touristiques très émettrices.

Les financements publics accordés aux structures du secteur pourraient se voir conditionnées à des critères environnementaux. Cela représente un risque pour les structures qui ne se lancent pas suffisamment tôt dans la démarche.

Les enjeux de pollution de l'air dans les villes sont toujours un enjeu d'actualité. Si les ZFE ont été mises en défaut ces dernières années, d'autres formes de contrôle de la pollution de l'air pourraient, sous une forme ou sous une autre, avoir un impact sur les

mobilités en ville. Cela pourra jouer sur les livraisons de matières premières et produits vers les sites au centre de grandes villes.

Le décret tertiaire s'applique aux entreprises occupant des locaux de plus de 1000m². Les structures de tourisme concernées doivent déclarer leurs consommations d'énergie et proposer un plan de réduction énergétique. L'objectif est de réduire de 40% la consommation énergétique des bâtiments d'ici à 2030.

La loi AGEC a mis en place l'obligation du tri à la source des biodéchets et des huiles et la réduction du plastique à usage unique. Les produits des boutiques et les points de restauration sont donc impactés, et doivent parfois être repensés pour éviter les sanctions.

Enfin, on retrouve la responsabilité élargie du producteur (REP) des emballages professionnels. Les fabricants doivent financer la fin de vie de leurs produits, avec un objectif de recyclage obligatoire d'une partie de l'acier, du verre, du papier, du carton et du plastique. Les entreprises doivent réemployer de manière croissante leurs emballages. C'est donc tout un système de consommation qui va devoir s'adapter. Là encore, c'est la gestion des produits dérivés ou autres produits vendus dans les boutiques qui sera impactée.

Ces obligations sont importantes pour les offices de tourisme, ceux-ci organisant et opérant des événements intégrant de la restauration, ou encore dans la cadre de la vente de produits via les boutiques.

c. Risques de marché et/ou réputationnels

Des changements dans **l'offre** et la **demande** de certains produits, biens et services peuvent se produire car les facteurs liés au climat sont de plus en plus pris en compte par les consommateurs et les producteurs. D'autre part, la modification de la perception publique quant à la contribution ou à la non implication d'une organisation vis-à-vis de la transition bas carbone peut affecter de manière significative sa **réputation**. Il existe donc des risques réputationnels à prendre en compte et à étudier pour une stratégie climat résiliente.

A cheval entre risque physique et risque réputationnel, la hausse des températures et/ou les événements climatiques extrêmes peuvent s'avérer, pour certaines destinations, être une raison de baisse d'attractivité. Les destinations chaudes seront moins fréquentées en été, et les destinations aux températures plus agréables, si elles ne sont pas adaptées, pourraient souffrir de la hausse soudaine de la fréquentation. De plus, certains événements qui contribuent à l'attractivité (comme les festivals en été par exemple) peuvent être amenés à disparaître ou se décaler dans l'année.

De plus, dans les années à venir, la dépendance des visiteur.euses aux moyens de transport fortement émissifs, comme la voiture pour les visiteur.euses en provenance du même territoire ou l'avion pour les déplacements internationaux, conjuguée à la nécessité de réduire les émissions, pourrait s'avérer être un risque difficile à surmonter. D'autant que le train est aussi amené à être perturbé par les fortes chaleurs. Un modèle économique reposant sur les visiteur.euses internationaux pourrait se voir faiblir dans un contexte où les sensibilités des pouvoirs publics et des citoyens se tournent vers le tourisme responsable.

C'est aussi le cas pour les destinations qui ne présentent pas d'effort ou de projets destinés à limiter le changement climatique ou s'y adapter : les touristes sensibles à ces sujets pourraient ne plus vouloir fréquenter les structures ou destinations en question, tout comme celles qui ne sont pas accessibles en transport en commun par exemple.

Enfin, la hausse des coûts d'énergie et de denrées alimentaires représente un risque sur le pouvoir d'achat des touristes, et donc sur la fréquentation des sites touristiques.

d. Risques techniques et organisationnels

Un enjeu technologique majeur est la gestion énergétique des bâtiments pour réduire les consommations liées au contrôle de la température. Les systèmes de Chauffage Ventilation et Climatisation (CVC) anciens deviennent obsolètes et ne permettent pas d'atteindre les objectifs de réduction de consommation d'énergie des bâtiments. De nouveaux systèmes de gestion technique du bâtiment (GTB) intégrant des capteurs de présence et des thermostats intelligents pourraient devenir obligatoires dans les années à venir. Leur intégration à des bâtiments anciens et parfois classés est un défi technique et financier.

Parmi les autres risques technologiques et techniques, on peut citer pour ce secteur comme pour beaucoup d'autres, les risques liés au numérique : l'utilisation de l'IA demandeuse en ressources, le tout-numérique posant des questions de cybersécurité et donc de sécurité des touristes. Sans oublier la hausse des coûts et la raréfaction des ressources liés à la nécessité de suivre la cadence en termes d'équipements numériques.

L'évolution des mobilités vers une plus grande part de véhicules électriques est un enjeu technologique majeur pour le secteur, et disposer ou non de systèmes de recharge de véhicule pourrait devenir un facteur de choix pour les touristes. Les établissements devront s'adapter pour proposer des systèmes de recharge ce qui veut parfois dire faire évoluer leur infrastructure électrique.

Cette évolution va aussi concerner les entreprises de fret et particulièrement la logistique du dernier kilomètre. Cela risque de représenter des surcoûts pour elles qui peuvent se répercuter sur les coûts de livraison.

De la même manière, le manque d'alternatives aux énergies fossiles pour les déplacements internationaux pourra générer là aussi des coûts supplémentaires, dans un contexte où cette énergie devient plus rare et donc plus chère. En plus des déplacements des visiteur.euses, ce sont les déplacements professionnels des offices de tourisme qui pourront être impactés.

Du point de vue organisationnel, le manque de compétences internes sur le climat ou encore la résistance au changement en interne ou chez les partenaires peuvent freiner des efforts de réduction des émissions ou des efforts d'adaptation des structures. Ce risque est souvent sous-estimé, et mérité d'être pris au sérieux dans un contexte où il est souvent une des explications de l'inaction climatique.

BILAN GES DES OFFICES DE TOURISME : PÉRIMÈTRES ET MÉTHODE

1. Définir le périmètre du bilan

Avant d'entrer dans le calcul des émissions, la première étape consiste à clarifier ce que le bilan GES doit couvrir. Elle permet de poser un cadre clair, adapté aux réalités du secteur et aux flux touristiques concernés.

La définition du périmètre d'un **BEGES**[1] tient compte de plusieurs éléments dont le périmètre organisationnel, le périmètre opérationnel ou encore le périmètre temporel, comme détaillé par la suite.

a. Périmètre organisationnel

Le périmètre organisationnel permet de préciser les flux touristiques à prendre en compte dans le bilan. Dans le cas des Offices de Tourisme, cette étape demande une attention particulière, car l'activité s'inscrit dans un écosystème territorial plus large que la seule structure.

Dans le cadre de cette méthodologie, nous considérons les flux touristiques issus :

- du **tourisme local** : incluant le tourisme sur le territoire, les déplacements sur place de l'ensemble des touristes et les excursionnistes du territoire (visiteur.euses à la journée) ;

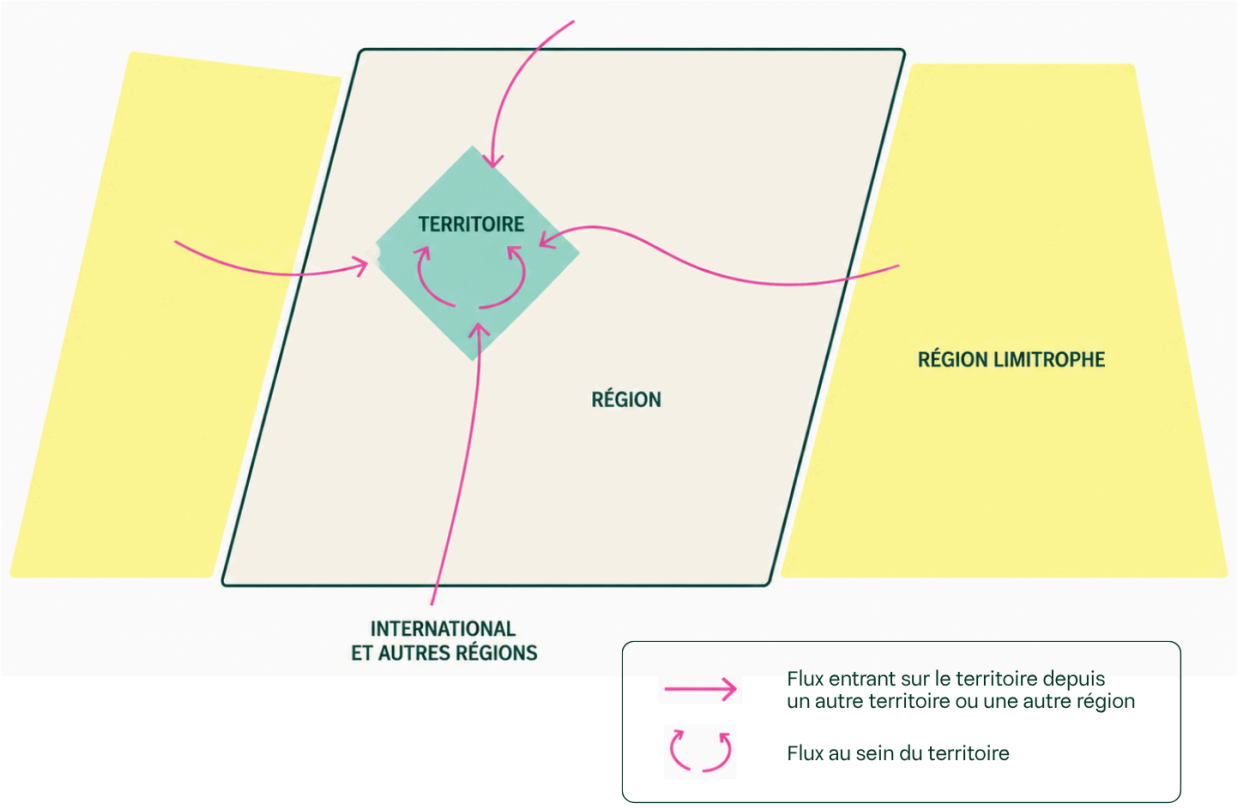
[1] Bilan d'émission de Gaz à Effet de Serre. Cadre réglementaire français selon lequel ont été réalisés les bilans des offices de tourisme du collectif, et conseillé pour les autres offices souhaitant réaliser leur bilan carbone.

- du **tourisme réceptif** : l'ensemble des visiteur.euses non-résident.es vers le territoire, incluant également les excursionnistes.
- du **tourisme d'étape** : l'ensemble des visiteur.euses non-résident.es vers le territoire, qu'il s'agisse de leur destination finale ou non. Ce choix d'inclure cette catégorie est notamment dû au manque de données permettant de séparer tourisme d'étape et tourisme réceptif.

Les flux touristiques retenus dans cette méthodologie sont pris en compte indépendamment du motif du déplacement. Sont ainsi considérés à la fois les déplacements liés au tourisme de loisirs et ceux liés au tourisme d'affaires.

En revanche, le périmètre est limité aux flux ayant pour origine ou destination le territoire étudié. Sont donc exclus :

- les résident.es du territoire en partance vers d'autres territoires de France ou vers l'étranger (tourisme émissif) ;
- le tourisme national en dehors du territoire étudié (français.es d'autres territoires vers d'autres territoires) ;
- le tourisme international (français.es partant vers l'étranger, transit territorial des étranger.es vers l'étranger).



Flux de visiteur.euses inclus dans le périmètre BEGES des Offices de Tourisme du programme WeCount

Une fois ces flux clarifiés, le périmètre opérationnel permet de préciser les postes d'émissions à comptabiliser et le niveau de détail attendu pour chacun d'eux.

b. Périmètre opérationnel

Pour la définition du périmètre opérationnel, sont pris en compte les secteurs d'activité du tourisme jugés pertinents.

L'objectif est de mesurer les émissions GES de la structure sur l'ensemble de sa chaîne de valeur. Dans la perspective de décarbonation de la filière, les postes d'émissions retenus sont donc ceux présentant le plus fort potentiel d'impact, identifiés grâce aux bilans des offices ayant participé à un accompagnement avec We Count.

Chaque poste d'émissions GES ne peut et ne doit pas forcément être comptabilisé avec le même niveau d'attention. En effet, il est fortement recommandé de comptabiliser et d'évaluer les émissions directes et les émissions indirectes significatives, c'est-à-dire celles qui émettent une part conséquente de gaz à effet de serre. Ainsi, dans le cas d'une filière touristique à l'échelle de la structure, c'est la catégorie des transports qui requiert le plus d'efforts.

Sur la base du périmètre retenu et au regard des catégories usuelles de la méthode pour la réalisation des bilans d'émissions de gaz à effet de serre, la classification des catégories utilisées dans le BEGES d'un Office de Tourisme est modifiée pour des raisons de lisibilité et présentée comme suit :

Catégorie	Sous-catégorie	Catégorie plateforme WeCount[2]	Données à collecter
Mobilités	Transport réceptif : déplacements depuis les autres territoires de France vers le territoire, y compris pour des événements organisés par l'OT	Déplacements visiteurs et clients	Distance parcourue selon mode de transport

[2] Cette colonne fait le lien entre les postes d'émissions présentés dans ce guide et leur catégorisation dans la plateforme WeCount. Elle vise à faciliter la saisie des données pour les structures utilisant l'outil.

Catégorie	Sous-catégorie	Catégorie plateforme WeCount[2]	Données à collecter
	Transport interne : sur le territoire pour se rendre sur un des sites de la structure par l'ensemble des touristes et des excursionnistes	Déplacements visiteurs et clients	Distance parcourue selon mode de transport
	Déplacements des employé.es : pour leurs différents déplacements professionnels et domicile-travail	Déplacements professionnels Déplacements domicile-travail	Distance parcourue selon mode de transport
Alimentation	Prestation traiteurs	"Repas moyen salariés" Produits agricoles prêts à être consommés	Nombre de repas servis par type de repas/aliments servis Montant de la prestation
	Alimentation employé.es	Repas moyen salariés	Nombre et type de repas consommés
Achats de biens	Produits boutiques	Achats de matières premières et produits Fret amont	Quantité et type de produits, par famille ou par référence Distance parcourue pour le transport des produits selon mode de transport
	Communication	Achats de matières	Quantité et type de support de

Catégorie	Sous-catégorie	Catégorie plateforme WeCount[2]	Données à collecter
		premières et produits	communication Distance parcourue pour le transport de ces produits selon mode de transport
Energie des bâtiments		Energie des bâtiments et des machines	Factures d'énergie
Numérique		Autre (amont)	Nombre de publications et temps passé Nombre de visites sur le site internet

Cette classification permet de définir ce qui est retenu dans le calcul du BEGES d'un Office de Tourisme et les exclusions du périmètre à ce jour.

Ainsi les activités exclues, principalement par manque de données, sont les suivantes :

- l'hébergement marchand ou non marchand des touristes se présentant sur le(s) site(s) de l'Office de Tourisme ;
- La restauration et les activités des touristes (à l'exception de celles commercialisées par l'Office)
- la modification du stockage de carbone par artificialisation des sols.

c. Périmètre temporel

Le périmètre temporel concerne la période sur laquelle va être calculé le bilan.

Il s'agit en général d'une année complète, correspondant à l'année des données utilisées, et idéalement alignée sur une année comptable. On l'appelle année de référence dans le cadre d'un premier bilan carbone. Ce périmètre dépend essentiellement de l'année pour laquelle les données mobilisées seront disponibles.

Le périmètre temporel est spécifique à chaque structure et dépend des bases de données utilisées. Idéalement, l'année de référence doit correspondre à l'année précédant le calcul et une certaine flexibilité peut être considérée sur certaines sources de données, au vu de la difficulté d'obtenir de la donnée pour une année spécifique. Néanmoins, cette flexibilité ne doit concerner que des postes d'émissions GES secondaires.

Afin de confirmer votre année d'étude, il convient de :

- vérifier l'année de l'export de données publiques utilisées, comme expliqué dans la partie sur la collecte de données ;
- vérifier l'année de référence des données spécifiques mobilisées pour le BEGES de votre structure (N-1 principalement).

2. Comptabiliser les principaux postes d'émissions

a. Mobilités visiteurs et visiteuses

Les participant.es à la promotion climat dédiée aux Offices de Tourisme ont eu l'occasion de discuter ensemble de la méthodologie à utiliser pour la comptabilisation de ce poste, avec le regard et le cadre méthodologique global apportés par un expert WeCount.

Un atelier collectif d'idéation a donc été organisé. Suite à cet atelier, il a été décidé la possibilité de pouvoir adresser deux périmètres différents, dont l'un d'eux sera obligatoire pour la réalisation d'un bilan à l'échelle de la structure.

❖ **Office de Tourisme : à adresser obligatoirement.**

Il comprend les déplacements des touristes et excursionnistes se présentant sur un des sites de l'Office de Tourisme (bureau d'accueil, boutique, site historique et/ou culturel en gestion) ou à une activité organisée par l'Office de Tourisme (visite guidée par exemple). Les mobilités internes étant négligeables face aux mobilités réceptives, et face à la difficulté à obtenir ces données, elles ne seront pas prises en compte sur ce périmètre.

Si l'on arrive à identifier clairement que le voyage n'a pas eu lieu exclusivement / spécifiquement pour cette visite (celle du territoire en question), il est possible d'utiliser une règle d'allocation. Dans ce cas, on alloue X% des émissions du trajet à l'office. Le X% est calculé par exemple sur la base du temps de séjour dans la ville où la visite est réalisée (nombre de jours / nombre de jours de villégiature), ou du nombre de

lieux visités. Cela permet de ne comptabiliser qu'une partie des émissions pour des Offices situés sur des Territoires "de passage" et bénéficiant d'un flux de touristes et excursionnistes faisant un stop sur leur parcours.

Quel que soit le choix d'allocation, il est fortement recommandé de noter soigneusement toutes les hypothèses faites pour les calculs, afin de pouvoir les justifier, mais aussi de reprendre ces hypothèses (ou les modifier) lors de la réalisation des bilans futurs.

Entrent donc dans ce périmètre :

- tous les événements organisés par l'Office ;
- les déplacements des professionnels (journalistes, promoteurs…) ;
- les touristes et excursionnistes se rendant à une visite guidée ou une activité organisée par l'Office ;
- Se présentant sur un site géré par l'Office ;

Sont exclus :

- les mobilités des personnes vers des sites historiques ou culturels non gérés par l'OT, même si celui-ci gère une partie de la billetterie du site en question ;
- les déplacements internes (sur le territoire) avant et après la visite sur le site en question.

Les flux à adresser et les données à collecter sont résumés dans le tableau ci-dessous :

Flux	Détail du flux	Données à collecter	Source de données
Touristes et excursionnistes se présentant sur un site de l'OT	Personnes passant les portes d'un site géré par l'OT	Chiffres de comptage sur les sites, billetteries Distance parcourue depuis le lieu de départ selon mode de transport	Données interne, solutions de comptage, questionnaire d'accueil pour les moyens de transport

Groupes	Organisation de voyages de groupes, français et étrangers	Nombre de personnes et distance parcourue depuis le lieu de départ selon mode de transport	Données internes (service Groupes)
Professionnels	Professionnels (promoteurs, journalistes etc.) se rendant sur le territoire à la demande de l'OT, et si opéré financièrement par ce dernier	Nombre de personnes et distance parcourue depuis le lieu de départ selon mode de transport Nombre de destinations visitées si pertinent	Données internes
Événements et activités organisés par l'OT	Evénements et activités (visites guidées par exemple) organisés en majorité par l'OT, on compte ici toutes les personnes qui se rendent à ces événements	Nombre de personnes et distance parcourue depuis le lieu de départ selon mode de transport	Données interne, étude de mobilités

Dans le cas où les données concernant la répartition des modes de transport utilisés n'est pas disponible à l'échelle considérée (événements, périmètre OT…), on peut utiliser les chiffres régionaux (types Flux Vision). En dernier recours, les chiffres du tourisme national ("Pratiques françaises pour une mobilité touristique durable", CEREMA).

Dans une perspective d'analyse, il est utile de distinguer plusieurs typologies de mobilités afin d'affiner la lecture des résultats et d'identifier plus facilement les leviers d'action pertinents :

- les mobilités liées au tourisme d'affaires de celles liées au tourisme de loisir ;
- les professionnel.les des autres visiteur.euses ;

- les touristes et les excursionnistes ;
- les visiteur.euses “groupes” des autres touristes/excursionnistes ;
- les personnes venant pour les visites guidées ;
- les participant.es aux grands événements organisés par l’OT.

Dans la plupart des cas, les billetteries et informations disponibles en interne permettent de faire ces distinctions. Il est recommandé de structurer ces informations dès la collecte, par exemple à l’aide de catégories, de champs dédiés ou de tags dans l’outil de suivi utilisé. Pour les structures utilisant la plateforme WeCount par exemple, ces distinctions peuvent être suivies à l’aide des tags.

❖ Périmètre Destination : facultatif, à adresser par les Offices de Tourisme prévoyant de réaliser un BEGES territorial.

Contrairement au périmètre Office de Tourisme, le périmètre Destination comprend aussi les déplacements des touristes et excursionnistes sur et vers le territoire pendant leur durée de séjour. Cela inclut le trajet depuis leur résidence principale et le territoire, puis leurs déplacements quotidiens durant leur séjour sur le territoire (flux internes).

Pour cela, les données nécessaires sont :

- les données Flux Vision (solution développée par Orange Business permettant de convertir des millions d’informations techniques du réseau mobile Orange, en indicateurs statistiques afin d’analyser la fréquentation des territoires ainsi que les lieux de nuitées et d'excursions des populations.);
- les données de comptage des OT ;
- des données précises sur le mode de transport et la distance parcourue par toutes les personnes qui passent les portes de l’Office de Tourisme (ou l’un de ses sites) ;
- le motif du déplacement ;
- données hôtelières et nuitées. On pourra en tirer des informations telles que la durée moyenne de séjour ou la provenance des visiteurs et visiteuses.

La distinction entre touristes et excursionnistes est là-aussi citée comme un critère de différenciation nécessaire par les Offices de Tourisme participants, de même que les données liées au tourisme d’affaires. Cela permet de mieux comprendre les tendances touristiques et les émissions de GES liées.

b. Achats de produits boutique

Lorsqu'un Office de Tourisme dispose d'une ou plusieurs boutiques, l'impact des achats de produits et de leur transport peut être non négligeable. Il convient donc de prendre en compte l'impact de cette activité.

Pour cela, il est conseillé de partir des achats de produits. En fonction des données disponibles, on pourra raisonner par référence, par famille de produits ou avec les ratios monétaires.

Les données à obtenir sont les suivantes, par référence ou par famille de produits :

- Typologie de produits achetés ;
- Nombre de produits achetés ;
- Poids unitaires des produits achetés ;
- Montant des achats ;
- Distance entre le lieu de livraison et le fournisseur.

La **typologie** permettra d'associer un facteur d'émission à chaque référence ou famille de références.

Le **nombre de produits** achetés sera utilisé en association avec les **poids unitaires** pour déterminer un poids total lorsque cela est nécessité par le facteur d'émission utilisé.

Le **montant des achats** permettra d'identifier les produits/fournisseurs les plus importants pour la structure. On pourra aussi, grâce à ces montants, appliquer la loi de Pareto : travailler sur les références qui représentent 80% des achats (en montant), en calculer l'impact puis extrapoler sur les références restantes.

En dernier lieu, le montant des achats de chaque produit/famille de produits pourra être utilisé pour calculer l'impact CO2 à l'aide des ratios monétaires.

La **distance entre le fournisseur et le lieu de livraison** permettra, avec le poids des livraisons et en complément du mode de transport utilisé, d'adresser la catégorie "Fret amont".

c. Alimentation

Dans le cadre des événements organisés par l'office ou le centre des congrès, les volumes considérés pour l'alimentation des visiteur.euses ne sont parfois pas négligeables.

D'autre part, les émissions liées à l'alimentation des salarié.es sont plus simples à calculer. Les émissions liées au poste Alimentation doivent donc être comptabilisées, et peuvent représenter un levier d'action important dans certains cas.

Les offices de tourisme sont parfois amenés à faire appel à plusieurs traiteurs différents. Il est possible dans ce cas de se concentrer sur les traiteurs les plus sollicités, dans la logique de la loi de Pareto (cf partie précédente).

Il faudra alors obtenir les données suivantes, récapitulées par ordre de précision (celles qui vont nous permettre de calculer des émissions de la manière la plus précise en premier) :

Activité	Données à collecter	Source de données/remarques
Alimentation des visiteur.euses	1. Poids et typologie des aliments utilisés 2. Type de repas (avec viande rouge, avec viande blanche, végétarien etc.) et nombre de repas servis 3. Montant dépensé pour la prestation de traiteur	1. Méthode la plus précise 2. Méthode conseillée si les données brutes des aliments consommés ne sont pas disponibles 3. Méthode à utiliser en dernier recours
Alimentation des salarié.es	Nombre et type de repas (avec viande rouge, viande blanche, végétarien etc.)	Questionnaire

Dans certains cas, les traiteurs sont sollicités pour proposer des bouchées apéritives, ou des mets qui ne s'assimilent pas à des repas complets. Dans ce cas, on pourra

utiliser le nombre de personnes concernées par la prestation sur les factures ou bien faire des hypothèses sur le nombre de bouchées par personne, puis utiliser un facteur d'émission "Repas moyen" de l'ADEME.

d. Numérique

Le poste d'émissions liées aux activités numériques, bien que non majoritaire dans le bilan total, représente un levier d'action très accessible et pilotable directement par les structures.

D'autre part, il pourrait bien devenir de plus en plus important dans les années à venir, via l'utilisation directe ou l'intégration aux outils utilisés d'agents d'intelligence artificielle. Enfin, c'est aussi un poste permettant de donner des ordres de grandeur aux collaborateur.ices et de mettre en exergue certains autres postes plus impactants.

Pour ces raisons, le numérique peut être intégré au périmètre du bilan GES, en particulier lorsque les données sont accessibles et que la structure souhaite sensibiliser ses équipes à des usages plus sobres. Les activités à comptabiliser en priorité sont présentées ci-dessous, par ordre d'importance et de représentativité dans le bilan :

Activité	Données à collecter	Source de données
Utilisation du site internet	Nombre de visites sur le site internet, impact du site (gCO2e/visite)	Pour l'impact, le site Carbweb donne une estimation.
Envoi de mails à l'externe	Nombre de mails envoyés via les newsletter ou autres envois de mail en masse	Outil de mailing, nombre de personnes inscrites aux newsletter…
Posts sur les réseaux sociaux	Nombre de minutes passées sur les publications de la structure : nombre de publications, nombre de vue par publication et temps	Rapport de visibilité des différents réseaux sociaux

	moyen par publication	
Envoi de mail en interne	Nombre de mails envoyés	Questionnaire collaborateurs, rapport de messagerie mail interne

e. Bâtiments

Les Offices de Tourisme se constituent sous des formes juridiques différentes, ce qui implique des niveaux de responsabilités différents, notamment quant à la gestion des bâtiments.

En ce sens, voici un tableau récapitulatif de ce qui est à prendre en compte dans le périmètre des Offices de Tourisme, selon s'ils sont propriétaires ou locataires :

Activité	Propriétaires	Locataires	Données à collecter	Durée d'amortissement carbone (à utiliser si durée d'amortissement comptable non connue)
Construction de bâtiments non exclusif à l'exercice d'une ou plusieurs activités de l'OT	Oui	Non	Surface des bâtiments construits et type de bâtiments	30 ans
Construction de bâtiments exclusivement pour une utilisation par l'OT	Oui	Oui	Surface des bâtiments construits et type de bâtiments	30 ans
Rénovations lourdes ou légères des locaux occupés pour exercer une activité de l'OT	Oui	Oui	Surface des rénovations et type de rénovation	15 ans (rénovations lourdes) 5 ans (rénovations légères)

Rénovations lourdes ou légères des locaux non occupés pour exercer une activité de l'OT	Oui	Non concerné	Surface des rénovations et type de rénovation	15 ans (rénovations lourdes) 5 ans (rénovations légères)

f. Achats de services

Les activités des Offices de tourisme étant diversifiées, il se peut que l'approche par ratio monétaire soit nécessaire pour évaluer les émissions associées à certaines d'entre elles. Les comptes de classe 6 sont nécessaires pour récupérer l'information nécessaire. L'aide en ligne rédigée par WeCount donne une table de correspondance entre les lignes de compte à considérer et les ratios monétaires à utiliser. Ci-dessous, un tableau complémentaire des différentes activités concernées conseils ou des ratios monétaires utilisés :

Activité	Ratio monétaire utilisé lorsque (si approche monétaire)	Commentaires
Guidage	Services de l'enseignement - 2023	Il est préférable pour la structure de calculer ces émissions via des données physiques (déplacement et alimentation des guides principalement)

Prestations de services culturels dont la billetterie est gérée en partie par l'Office de Tourisme (y compris dans le cadre de "city cards")	Arts, spectacles, musées, bibliothèques / Jeux de hasard - 2023	On prend en compte le montant refacturé par l'Office de Tourisme à la structure (ie la commission de l'OT), pas le montant total de la vente
Edition	Edition (ADEME 2023)	Il est préférable pour la structure de calculer ces émissions via des données physiques (poids total des supports édités, livraison)
Services proposés aux groupes	Services récréatifs, culturels et sportifs (92) - France 2023	
Exploitation d'une partie de l'activité (Palais des congrès par exemple)	Services d'hébergement et de restauration - 2023	Pour une structure effectuant un premier bilan carbone. Pour les autres, il est préférable d'utiliser des données physiques
Installation et logistique des grands événements organisés par l'OT	Autres services spécialisés, scientifiques et techniques - 2023	
Prestation de photographe, vidéaste, etc.	Cinéma, TV, musique, enregistrement / Programmation, diffusion – 2023	

A noter que les achats de service peuvent représenter un des premiers postes d'émission de GES d'un Office de Tourisme. C'est pourquoi il est important et nécessaire pour les Offices de Tourisme d'embarquer les prestataires de service dans une démarche d'évaluation de leurs émissions, dans un objectif de précision du bilan et de réduction des émissions.

3. Définir sa trajectoire de réduction des émissions

Étant donné que l'Accord de Paris prévoit que la température moyenne mondiale doit être maintenue "bien en dessous de 2 ℃" par rapport aux niveaux préindustriels, et vise à limiter l'augmentation à 1,5 ℃, il est important de mettre en place des trajectoires de réduction des émissions de GES.

Cette trajectoire permet de définir l'objectif de réduction à atteindre pour une année donnée dans le futur. Plusieurs méthodes peuvent être mobilisées pour la construire, selon le niveau d'ambition recherché, les référentiels utilisés et les objectifs déjà définis à l'échelle du territoire.

Ces méthodes peuvent ensuite être appliquées dans un outil de suivi carbone, comme la plateforme WeCount, afin de visualiser les trajectoires associées et de piloter leur évolution. Les principales approches sont présentées ci-dessous.

a. SBTi et les objectifs internationaux

Science Based Targets (« Objectifs fondés sur la science »), appelé aussi initiative SBT ou SBTi, est un partenariat créé en 2015 dans le contexte de la COP 21, entre le Carbon Disclosure Project (CDP), le Pacte mondial des Nations unies (UNGC), le World Resources Institute (WRI) et le Fonds mondial pour la nature (WWF).

S'adressant aux entreprises, elle se fixe comme objectif de piloter une « action climatique ambitieuse » en leur proposant de faire de leur transition vers une économie bas carbone un avantage compétitif.

Pour cela, elle cherche à s'assurer de l'adéquation des objectifs de réduction des gaz à effet de serre que se fixent les entreprises avec les données des sciences du climat. Elle propose donc des méthodes de définition d'objectifs conformes à ces objectifs scientifiques.

- **La méthode par contraction absolue :**

Cette approche apparaît comme la plus simple à mettre en application. Elle se base directement sur les scénarios d'émissions de GES du GIEC (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat) et ne requiert que les informations relatives aux émissions de l'entreprise.

La cible de réduction des émissions au sein de l'entreprise est définie directement par rapport au scénario d'émissions de référence. Elle donne ainsi lieu à une contraction des émissions en absolu. Cette méthode est valable pour un objectif court-moyen terme (5-10 ans après l'année de référence)

- **La méthode en intensité :**

Cette méthode est conforme au SBTi pour le Scope 3. Elle permet de définir une trajectoire selon une métrique pertinente pour l'entreprise avec une cible en intensité physique ou économique.

- **La méthode en personnalisée :**

Cette méthode permet de définir une trajectoire avec une stratégie de réduction linéaire sur un même segment.

Non conforme à la SBTI, cela laisse à l'entreprise la possibilité de définir sa cible avec un pourcentage annuel de variation des émissions par contraction absolue. Cette méthode peut notamment être utile dans le cas où une trajectoire est annoncée par la métropole ou une autre instance proche de l'office de tourisme.

b. Trajectoires nationales et institutionnelles

La France s'est dotée d'une trajectoire à l'échelle nationale, appelée Stratégie Nationale Bas-Carbone (SNBC). Cette trajectoire doit être prise en compte par l'État, les collectivités territoriales, leurs établissements publics et les entreprises.

Pour un Office de Tourisme, il peut également être pertinent de se référer aux objectifs définis par la métropole, la collectivité de rattachement ou toute autre instance territoriale engagée dans une démarche climat. Cette approche permet d'assurer une cohérence entre la trajectoire de l'Office et celle du territoire dans lequel il s'inscrit.

Lorsque ces objectifs existent, ils peuvent être traduits en pourcentage annuel de réduction des émissions et intégrés dans l'outil de suivi utilisé par la structure. Il est donc recommandé de se rapprocher des instances concernées afin d'identifier les trajectoires déjà définies, ainsi que leurs éventuelles déclinaisons sectorielles. Pour les structures utilisant la plateforme WeCount, cette approche peut être renseignée via la méthode de calcul "à personnaliser".

L'APRÈS BILAN CARBONE : QUELLES ACTIONS METTRE EN PLACE POUR UN OFFICE DE TOURISME ?

Une fois le bilan GES réalisé et les principaux postes d'émissions identifiés, l'enjeu est de passer du diagnostic à l'action.

Cette partie rassemble les pistes de travail issues des échanges menés avec les Offices de Tourisme accompagnés par WeCount, ainsi que les retours d'expérience recueillis dans le cadre de ces démarches.

Ces propositions ne constituent pas une liste exhaustive ni un plan d'action clé en main. Elles visent plutôt à ouvrir des pistes concrètes, à adapter selon le territoire, les activités de l'Office de Tourisme, ses parties prenantes et les moyens disponibles.

1. Quelques idées de leviers d'action

Lors d'un atelier collaboratif mené dans le cadre de la Promotion Climat dédiée aux Offices de Tourisme, les structures participantes ont réfléchi à des leviers d'action communs à mettre en oeuvre afin de répondre à deux problématiques distinctes :

- Comment communiquer avec ses parties prenantes externes (ADN Tourisme, collectivités, prestataires, fournisseurs) sur son engagement ? Comment les embarquer dans la démarche ?
- Comment inciter les visiteur.euses à se déplacer bas-carbone ?

Les leviers évoqués lors de cet atelier et les grands axes de travail sont consignés ci-dessous. Ils ne sont que des axes de travail, qu'il conviendra de préciser, traduire concrètement et faire vivre en collectif.

Actions	Impact	Coût	Faisabilité (1 = facile, 3 = difficile)
Pour communiquer avec ses parties prenantes externes			
Mettre en avant les innovations touristiques et bas-carbone			
Valoriser les fournisseurs engagés dans les communications			
Organiser des rencontres avec ses partenaires pour monter en compétence ensemble, s'inspirer, co-construire			
Mettre en avant des récits touristiques différents et durables, avec les acteurs concernés			
Identifier les alliés de la transition dans ses partenaires. Travailler avec elles et eux sera plus simple et plus valorisant !			

Actions			
Pour inciter ses visiteur.euses à se déplacer bas-carbone			
Proposer un système de récompense (tarifaire ou autre)			
Introduire une notion de jeu dans le fait de se déplacer bas-carbone			
Miser sur le local : communiquer un peu moins envers les étrangers et d'autant plus envers les locaux (à l'échelle de la région par exemple)			
Former les équipes de conseil en séjour à proposer des alternatives bas-carbone			
Développer des offres avec les prestataires locaux de moyens de transport bas-carbone (loueurs de vélo, transports en commun)			

2. Miser sur le collectif

En parallèle de ces suggestions de leviers d'action, les participant.es ont aussi pu exprimer comment le travail en collectif pouvait aider dans la réalisation d'un bilan carbone ou la mise en place d'un plan d'action.

Le résultat de ces discussions est consigné ci-dessous. Il ne reste qu'à s'en saisir et mettre en place ce que bon vous semble pour continuer à faire vivre l'intelligence collective et les relations entre Offices de Tourisme !

Actions			
Pour transformer le collectif en appui opérationnel			
Évaluer le temps nécessaire pour animer la démarche RSE, afin d'identifier un besoin d'ETP			
Mutualiser le temps de travail et les compétences			
Mettre en place un inventaire des compétences disponibles au sein des OTs			
Organiser des groupes de travail thématiques (avec une organisation de webinaire tournante, des learning expeditions, ...)			

Actions			
Pour transformer le collectif en appui opérationnel			
Développer des outils d'aide à l'embarquement de la gouvernance (métropole, ville, CODIR, etc)			
Créer des espaces et des outils pour mettre en avant une logique globale mêlant aspects écologiques et stratégie économique			
Mutualiser les communications pour asseoir des choix forts pris par plusieurs OTs en même temps			
Mettre en place une boucle de support avec des consultant.es spécialisé.es pour poser vos questions, et profiter des réponses apportées aux autres questions			

Actions			
Pour faire vivre un réseau d'échange entre Offices de Tourisme			
Organiser des visios régulières pour échanger sur des thématiques ciblées, avec des intervenant.es spécialisé.es			
Organiser une rencontre annuelle dans un des OTs pour partager des retours d'expérience, approfondir des thématiques etc.			
Mettre en place un outil de partage des connaissances			
S'aligner sur la temporalité des prochains bilans carbone afin de mutualiser les réflexions			
S'aligner sur des dates butoir, des jalons temporels réaliste et communs, pour créer du jeu et de l'émulation dans le collectif			

Actions			
Pour faire vivre un réseau d'échange entre Offices de Tourisme			
Faire vivre collectivement des positionnements individuels (relais de communication)			

CONCLUSION

Les Offices de Tourisme sont, comme tous les secteurs d'activités, soumis au changement climatique et aux risques associés. Cependant, forts de leur capacité à créer, à imaginer, à repenser et à se réinventer, ils ont un rôle clé à jouer dans la transition écologique et sociale. Pour cela, l'ensemble des acteurs doit être mobilisé : les structures, les équipes administratives et de terrain, d'accueil, les techniciens et les publics, mais aussi les acteurs institutionnels.

Ce guide a été conçu pour apporter des repères méthodologiques spécifiques aux Offices de Tourisme. Il s'appuie sur les enseignements tirés de la Promotion Climat dédiée au secteur touristique, au cours de laquelle plusieurs Offices de Tourisme ont réalisé leur bilan GES avec l'accompagnement de WeCount. Il vise à faciliter la réalisation de futurs bilans GES au sein du secteur.

Les travaux menés dans le cadre de cette Promotion Climat ont permis d'identifier plusieurs enseignements clés. En particulier, deux axes apparaissent comme structurants pour réduire l'empreinte carbone du secteur touristique :

- Travailler collectivement avec tous les acteurs de la chaîne de valeur touristique ;
- Mettre en place les conditions de déplacements moins carbonés des visiteur.euses.

Au-delà de ces leviers quantifiables, les Offices de Tourisme ont également un rôle particulier à jouer dans l'évolution des pratiques touristiques. À travers les récits qu'ils valorisent, les expériences qu'ils proposent et les acteurs qu'ils mettent en avant, ils

contribuent à faire émerger de nouveaux imaginaires du voyage, compatibles avec les enjeux environnementaux actuels.

La transition du secteur touristique ne pourra se construire qu'en mobilisant l'ensemble de son écosystème. Les démarches engagées par les Offices de Tourisme participants montrent qu'il est possible d'avancer collectivement, de partager les bonnes pratiques et de construire des trajectoires adaptées aux réalités des territoires.

À propos de WeCount

WeCount accompagne les organisations dans la mesure, le pilotage et la réduction de leur empreinte carbone.

La société a développé la méthode des « Promotions Climat », qui permet à un collectif d'organisations d'un même secteur de réaliser son bilan GES et de construire sa stratégie climat grâce à une combinaison de formation, d'accompagnement individuel, de travail collectif et d'utilisation de la plateforme carbone WeCount.

Depuis sa création, **WeCount** a accompagné plusieurs centaines d'organisations issues de secteurs variés tels que l'industrie, la santé, le tourisme, l'agroalimentaire, le bâtiment ou encore le textile.

L'approche de **WeCount** repose sur deux piliers complémentaires :

- des programmes d'accompagnement collectifs sectoriels ;
- une plateforme de comptabilité carbone et de pilotage ESG.

Pour en savoir plus : www.wecount.io

Remerciements

Nous remercions l'ensemble des Offices de Tourisme ayant contribué aux réflexions présentées dans ce guide, et plus particulièrement ONLYLYON Tourisme et Congrès, Le Voyage à Nantes, les Offices de Tourisme de Strasbourg, Dijon Bourgogne Tourisme & Congrès, Provence Méditerranée, Valence Romans et Saint-Étienne Métropole.

Nous remercions également Clermont Auvergne Volcans et l'Office de Tourisme et des Congrès de Mulhouse pour les retours d'expérience ayant permis d'enrichir ce document.

Un remerciement particulier à Virginie Carton, Directrice Générale d'ONLYLYON Tourisme et Congrès, dont l'engagement a largement contribué à faire émerger cette dynamique collective au service de la transition du secteur touristique.

→ Rédaction de la note méthodologique

Auguste Basset, Consultant Carbone & Stratégie Climat chez WeCount.

→ Relectures et contributions

Équipe Climat WeCount et Offices de Tourisme participants.

Lexique

BEGES : Bilan d'émission de Gaz à Effet de Serre. Cadre réglementaire français selon lequel ont été réalisés les bilans des offices de tourisme du collectif, et conseillé pour les autres offices souhaitant réaliser leur bilan carbone.

Tourisme réceptif : Pour une aire géographique donnée, ensemble des flux touristiques provenant d'une autre aire géographique.

Tourisme local : Pour une aire géographique donnée, ensemble des flux touristiques provenant de cette même aire géographique.

Mobilité interne : Pour une aire géographique donnée, ensemble des déplacements effectués par les touristes au sein de cette même aire géographique.

SBTi : Science-Based Target Initiative. Initiative partenariale créée en 2015 dans le contexte de la COP 21, entre le Carbon Disclosure Project (CDP), le Pacte mondial des Nations unies (UNGC), le World Resources Institute (WRI) et le Fonds mondial pour la nature (WWF). S'adressant aux entreprises, elle se fixe comme objectif de piloter une « action climatique ambitieuse » en leur proposant de faire de leur transition vers une économie bas carbone un avantage compétitif.

Liens utiles

L'essentiel sur... le tourisme | Insee

Chiffres clés | France Tourisme Durable

Vous souhaitez avancer sur votre stratégie climat et ESG ?

Echangez avec notre référent tourisme !



Thomas Charmet

Responsable Programmes Climat : Décarbonation & Adaptation du secteur tourisme

thomas.charmet@wecount.io

Tel. 06.81.30.85.15

www.wecount.io

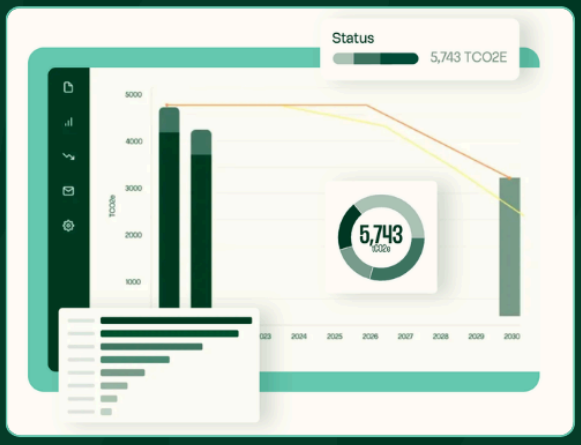
+750 STRUCTURES ENGAGÉES

AVEC WECOUNT

Membre du réseau Acteurs du Tourisme Durable

NOS SOLUTIONS CLIMAT ET ESG

PLATEFORME CARBONE ET ESG



PROGRAMMES D'ACCOMPAGNEMENT



- BILAN GES
- ACT PAS-À-PAS
- CSRD ET VSME
- ADAPTATION

WE COUNT