

Tuteur professionnel : Sabine Chanut

Tuteur pédagogique : Olivier Thaler



2018 / 2019



Enquête critique sur un
acteur local :

L'Office de Tourisme de Vauvert

Valorisation économique de la biodiversité

Par : Brutus Vivek, Chary Chloé, Devaux Tiphaine, Farinelli Fanny,
Liron Flore, Tournayre Marylou, Trillat Marine

Sommaire

Introduction

1) Matériels et méthodes

2) Résultats

A. Description de l'activité professionnelle

B. Analyse des impacts environnementaux de l'activité

C. Diagnostic d'application

Conclusion et discussion

Introduction

Dans le cadre de l'unité d'enseignement "Valorisation de la Biodiversité" dirigée par Mr. Olivier Thaler, les étudiants sont amenés à travailler sur l'impact des activités locales sur l'environnement pour le Collectif des Garrigues. Ainsi, des équipes ont été constituées et chacune d'entre elles s'occupe de l'évaluation d'une activité spécifique. L'équipe ci-présente se charge de l'Office de Tourisme de Vauvert et de Petite Camargue représenté, dans l'enquête réalisée, par Mme Sabine Chanut. Cette dernière est chargée de mission auprès des socio-professionnels.

L'Office de Tourisme de Vauvert et de Petite Camargue couvre un territoire comprenant les communes de Aubord, Beauvoisin, Vauvert, Aimargues et Le Cailar et est financé par la Communauté des Communes de Petite Camargue tel que le montre la carte ci-contre (Figure 1). L'établissement recense l'ensemble des activités touristiques afin de promouvoir le territoire de Petite Camargue et est aussi responsable de l'organisation de toutes activités événementielles. Ces dernières sont diverses et variées puisqu'elles regroupent l'hébergement, la restauration ainsi que des activités de loisirs telles que des randonnées à cheval, âne ou 4x4 (Office de tourisme Coeur de petite camargue, 2018a). Par ailleurs, Vauvert est la troisième étape de la "voie d'Arles", un des chemins de Saint Jacques de Compostelle, en rouge sur la carte ci-contre (Figure 2). L'Office est donc aussi en charge de l'accueil et de l'hébergement des pèlerins empruntant ce chemin (Office de tourisme Coeur de petite camargue, 2018b). Le territoire de Petite Camargue présente ainsi un fort potentiel touristique. La camargue gardoise est labellisée "grand site de France" un label décerné par l'état aux sites visant un développement local durable ainsi qu'une gestion et une protection active des paysages (Office de tourisme Coeur de petite camargue, 2018b).

Face à ce riche patrimoine naturel, la question qui se pose est la suivante: "**quels sont les moyens utilisés par l'Office de tourisme de Vauvert et de Petite Camargue pour valoriser la biodiversité présente sur son territoire sur le plan économique ?**". Pour répondre à cette problématique, nous avons réalisé une enquête critique sur cet office de tourisme.

I] Matériel et méthode

Afin d'enquêter sur les moyens de valorisation économique de la biodiversité utilisés par l'Office du Tourisme de Vauvert et de Petite Camargue, un entretien sociologique basé sur un questionnaire semi-directif, voire directif selon les étapes, a été réalisé. Des techniques d'entretiens sociologiques (comment faire une relance, comment poser la question d'une façon ouverte,

comment éviter d'influencer l'enquête, etc) ont été étudiées lors d'une réunion de travail entre les membres du groupe, avant d'interroger l'enquêtée, Mme Chanut. Des fiches annexes étaient à disposition des étudiants afin de préparer en avance les questions à poser et l'ordre logique à suivre.

L'enquête s'est déroulée en présentiel sur le lieu de travail de Mme Chanut, à l'Office de tourisme le vendredi 19 octobre 2018. Un dictaphone a été utilisé pour enregistrer l'intégralité de l'entretien, avec l'accord de l'enquêtée. Les étudiants se sont répartis les tâches durant l'enquête de la manière suivante : un chargé de direction, trois poseurs de questions ainsi que deux scribes. Il a été choisi de poser les questions dans l'ordre dont elles étaient présentées dans les quatre fiches annexes. Comme exigé, l'entretien s'est déroulé sur deux heures et a permis de répondre à l'intégralité des fiches annexes.

Suite à l'entretien, une partie de celui-ci a été retranscrite afin d'éviter les biais de subjectivité des enquêteurs lors de la rédaction des résultats. Une étape de rédaction a par la suite été réalisée afin de faciliter la compréhension du lecteur. Plusieurs thématiques ont été abordées au cours de l'enquête, elles ont été établies en s'appuyant sur les annexes. Tout d'abord l'enquêtée a été interrogée sur la description de son activité et sur les aspects réglementaires. Les financements ont ensuite été abordés ainsi que l'état du marché actuel et les perspectives de développement de la structure. Pour finir, les questions de l'impact des activités de la structure sur l'environnement ainsi que les mesures mises en place par l'office du tourisme et ses partenaires ont été évoqués afin d'examiner la compatibilité de la structure avec la charte "Ambassadeurs Eco-Tourisme".

Aucunes difficultés majeures n'ont été rencontrées dans la réalisation de cette enquête.

II] Résultats

A. Description de l'activité professionnelle

Anciennement sous statut associatif, l'Office de tourisme possède dorénavant le statut d'EPIC (établissement public à caractère industriel et commercial). D'un point de vue fonctionnel, il emploie : une directrice, une responsable administrative, une chargée de mission, une conseillère en séjour également chargée de la taxe de séjour, une chargée de l'accueil et des stocks, ainsi qu'un saisonnier. L'Office ne possède pas de concurrents ni aucun impératif de rentabilité puisqu'il est subventionné par des fonds publics. Toutefois, ceci n'empêche pas l'Office de faire preuve d'innovations, en améliorant sa stratégie de communication ou en cherchant à diversifier les services offerts. L'enquête présente en annexe récapitule l'entièreté des informations fournies par Mme Sabine Chanut concernant le fonctionnement de l'Office de tourisme.

B. Analyse des impacts environnementaux de l'activité

L'Office de Tourisme a peu d'impacts environnementaux si ce n'est le bilan carbone dû à son fonctionnement. En effet, son rôle sur le territoire est essentiellement de promouvoir les activités récréotouristiques, et non de les organiser.

Toutefois, il a pris des mesures afin de réduire son impact environnemental au travers de différentes démarches telles que le tri sélectif, l'utilisation d'ampoules à faible consommation électrique, la réduction de sa consommation hydrique... même si plusieurs améliorations peuvent encore être apportées.

En plus de cela, l'Office aspire à répandre la pratique de gestes écoresponsables en sensibilisant les locaux, les partenaires et les touristes puisqu'il veut promouvoir le tourisme vert et rural.

Les détails des réponses fournies par Sabine Chanut sont répertoriés dans l'enquête en annexe 2.

C. Diagnostic d'application

Le diagnostic de l'application de la charte «Ambassadeur écotourisme» démontre une grande implication de l'Office de tourisme de Vauvert. Des mesures ont été prises pour limiter la consommation énergétique du bâtiment où se trouvent les locaux de l'Office. Cette dernière participe également à promouvoir le tourisme durable auprès de ces partenaires et ses efforts se traduisent aussi dans sa participation à des journées de nettoyage de la nature.

En ce qui concerne la partie «manger local», l'Office de tourisme se trouve dans une position délicate, car il ne peut mettre en avant un restaurateur plutôt qu'un autre. Il prend néanmoins soin de ne fournir que de la nourriture locale lors des événements qu'il organise.

Enfin pour favoriser les transports doux, l'Office a proposé des «journées sans voitures» en termes de balade touristique. Une implication claire est donc visible de la part de cette structure dans son adhésion à la charte «Ambassadeur écotourisme».

Discussion et conclusion

A la suite de ces résultats, l'office de tourisme semble très impliqué dans les démarches à suivre. Ceci se traduit par un respect très strict de la charte «Ambassadeurs Eco-Tourisme». Cette structure est à l'origine d'initiatives comme les «journées sans voiture» qui se présentent sous la forme de circuits en boucle à pied, à cheval ou à vélo sur une journée complète. L'Office de tourisme encourage aussi des relations de proximité avec ses prestataires et garantit une découverte authentique du territoire.

L'Office cherche à développer son activité à travers plusieurs projets en cours de réalisation, comme la création d'un nouveau site internet au sein duquel une boutique en ligne sera accessible. Cette boutique proposera des packages comme par exemple, une nuit à l'hôtel avec une activité incluse, ou des week-end romantiques dans le cadre de la Saint Valentin. Il vise aussi à développer les réseaux sociaux pour améliorer la communication et visibilité de l'office. Un autre projet pour l'office est l'ouverture d'un nouveau point d'accueil. L'office souhaite donc augmenter sa fréquentation sans nuire à son territoire et à son environnement.

Afin d'améliorer la performance de l'office de tourisme, plusieurs fiches actions ont été proposées par l'équipe. Certaines sont plus réalisables que d'autres en terme de financement ou de facilité de mises en pratique. C'est donc à l'office de choisir celles qu'il voudrait appliquer en premier. Pour l'aider dans sa décision, il peut faire appel à un Centre Permanent d'Initiatives à l'Environnement (CPIE) proche de son territoire afin de déterminer les fiches prioritaires à mettre en oeuvre. Un CPIE est une association qui peut accompagner des structures telles que les offices de tourisme pour les conseiller dans des démarches vis-à-vis du respect de l'environnement. Le CPIE Rhône Pays d'Arles, qui travaille sur le territoire de la Camargue serait un partenaire envisageable.

Cette enquête a donc permis de mettre en lumière les différents moyens utilisés par l'office du Tourisme de Vauvert pour valoriser son patrimoine naturel et mettre à profit (économique) les services écosystémiques de son territoire. Ainsi, l'office par son rôle d'accueil, d'information et de promotion du tourisme local ne présente que peu d'impacts négatifs sur l'environnement excepté son bilan carbone net. Sensibilisé aux démarches environnementales, il pratique le tri sélectif et travaille à la réduction de la consommation d'énergie afin de minimiser son bilan carbone.

De par son devoir de neutralité avec les partenaires, l'office ne peut favoriser les acteurs ayant une démarche plus locale ou écoresponsable. Pour contourner ce problème il envisage actuellement de communiquer sur la mise en place du label "Bistrot de Pays" pour les restaurateurs. Ce label est une plus-value signalant que le restaurateur contribue à la conservation et l'animation du tissu socio-économique rural.

Par ailleurs, l'office participe activement à la diffusion des bonnes pratiques concernant les gestes écoresponsables auprès des locaux et des partenaires. La mise en place de la charte "Ambassadeur écotourisme" traduit une volonté forte de la structure de s'axer sur un développement orienté tourisme durable.

Bibliographie

- DATAtourisme. (s.d.). Présentation du projet DATAtourisme. Disponible sur <http://www.datatourisme.fr/le-projet/presentation/> [consulté le 16 décembre 2018]
- La Nouvelle-Aquitaine et l'Europe. (2018). FEADER LEADER. Disponible sur <https://www.europe-en-nouvelle-aquitaine.eu/fr/fonds-europeen/feader-leader.html> [consulté le 16 décembre 2018]
- Office du Tourisme du Pays de Sommières. (2015). Traditions taurines. Disponible sur <https://ot-sommieres.com/decouvrir/patrimoine/traditions-taurines/> [consulté le 16 décembre 2018]
- Office de tourisme Coeur de petite Camargue. (2018a). Guide touristique : la vie à l'état pur. Consulté sur <https://www.petitecamargue.fr/wp-content/uploads/2016/03/guide-touristique2018.pdf> [consulté le 18 octobre 2018]
- Office de tourisme Coeur de petite Camargue. (2018 b). Site de l'Office de tourisme. Disponible sur <https://coeurdepetitecamargue.fr/> [consulté le 18 octobre 2018]
- Via Compostela. (s.d.). Les chemins de Saint-Jacques de Compostelle. Disponible sur <http://www.via-compostela.com/fr/carte-interactive-chemins-compostelle> [consulté en octobre 2018]

Annexe 1 : fiche activité entrepreneuriale - Production

Description de l'activité

L'office de tourisme englobe des activités allant d'une échelle locale à régionale. Il a comme mission d'accueillir physiquement, par téléphone et par mail le grand public. Il gère aussi l'aménagement touristique du territoire qui lui a été délégué par la communauté de communes de Petite-Camargue. C'est à dire que l'office est en charge de l'aménagement de sentiers de randonnées par exemple, avec tout ce que cela comprends comme les panneaux de sensibilisation, les tables de pique-nique etc. Il conseille aussi et fait la promotion des activités touristiques auprès des personnes de passage dans la région. De plus, l'Office se charge de tout l'aspect événementiel (des salons, des conférences, des expositions, etc.), de la promotion, de la communication et de la sensibilisation à la nature par les différentes activités qu'il propose. Vauvert étant la troisième étape du chemin de pèlerinage de Saint Jacques de Compostelle depuis Arles, l'Office doit réceptionner les nombreuses personnes y participant. Ainsi, il met à disposition des aménagements pour les pèlerins et les touristes comme des stations de repos, des expositions et la mises en place de panneaux d'informations.

En interne, l'Office édite des documents d'hébergement et s'occupe de mettre à jour le site internet, les chartes, les activités proposées, etc.

Zone de garrigue concernée

Superficie nécessaire :

L'Office de tourisme de Vauvert englobe les cinq communes de Aimargues, Aubord, Beauvoisin, Cailar et Vauvert. Définir une surface minimale n'a pas de sens ici dans le contexte actuel avec la structure. Les limites des cinq communes constituant le territoire d'action de l'office de tourisme ne lui permettent pas de se lier à des communes supplémentaires même si cela pourrait être intéressant d'après l'enquêtee

Type de camargue – milieux valorisés (typologie générale à l'échelle du paysage) :

Les milieux encadrés par l'Office de tourisme vont des costières au littoral : de Beauvoisin à Vauvert. Pour l'essentiel, il s'agit de Petite Camargue (étangs et roselières) et de costière, de paysage viticole, de verger et arboricole.

Végétation ou milieux spécifiques si pertinents (typologie spécifique à l'échelle des habitats Corine Biotope et des éventuelles espèces nécessaires) :

L'Office encadre un grand nombre d'activités, ainsi il recouvre tout autant de milieux spécifiques, constituant une mosaïque d'habitats très attractive pour la faune et la flore. Les étangs des Camargues, les roselières, le parc de la lagune, les rizières et les marais peuvent être cités à titre d'exemple.

Réglementation

Réglementation spécifique :

Tout est réglementé au sein de la petite camargue, c'est-à-dire que tout est en zone protégée comme des Zones Naturelles d'Intérêt Ecologique, Faunistique et Floristique (ZNIEFF), Natura 2000. Les réglementations se superposent, il est donc nécessaire pour l'Office de rentrer dans un label national comme le Grands sites de France.

L'inventaire des ZNIEFF n'a pas, en lui-même, de valeur juridique directe et ne constitue pas un instrument de protection réglementaire des espaces naturels. Cependant, les ZNIEFF font partie des informations que le préfet doit porter à la connaissance des communes ou intercommunalité lors de l'établissement des documents d'urbanisme.

L'Office de tourisme a lui même signé une charte l'engagement à réduire sa consommation d'eau, d'électricité, diminuer ses déchets, etc. Ses représentants doivent aller chez les ambassadeurs (personnes travaillant avec l'Office tels que les agriculteurs ou producteurs locaux) pour vérifier si les réglementations sont bien respectées ou sinon voir ce qui pourrait être amélioré.

Zonage du document d'urbanisme (compatibilité avec l'activité) : Cadastres

L'office se situe dans une zone U, c'est à dire urbanisée et cela est compatible avec son activité car elle doit se situer en ville pour accueillir les touristes.

Structure

L'Office de tourisme est un Établissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC) depuis 2017, avant c'était une association conforme à la loi 1901. Ce changement de statut fait suite à un choix de la commune d'assurer une stratégie de gestion directe de l'office plutôt qu'une gestion déléguée à une association. De plus depuis 2006, l'EPIC est la structure juridique par défaut pour un office de tourisme.

Moyens

Financier

- En tant qu'association, l'Office avait les moyens de financer une brochure qui prenait la forme d'un catalogue. Aussi, il fonctionnait à 96% grâce à des subventions de la communauté et à 4% des partenaires.
- En tant qu'EPIC, il fonctionne toujours grâce aux subventions mais il a désormais un nouveau budget de fonctionnement et d'investissement, récupéré à partir de la taxe de séjour. Son budget d'investissement est d'environ 150 000 euros, lui permettant de financer des projets d'aménagements touristiques.

Humain

- En tant qu'association, ce sont deux personnes en contrat à durée indéterminée (CDI) de 35 heures, un saisonnier présent sur une durée de trois mois et une personne de la communauté de commune qui étaient employées.
- En tant qu'EPIC, il y a une directrice, une responsable administrative, une chargée de mission, une conseillère en séjour également chargé de la taxe de séjour, une chargée de l'accueil et des stocks, ainsi qu'un saisonnier.

Matériel

- En tant qu'association, l'Office de tourisme ne mettait à disposition du public que la brochure, qui faisait office de catalogue avec tous les services.

- En tant qu'EPIC, au lieu d'avoir un seul catalogue, tout a été dissocié en brochures par secteur d'activités: terroir, restaurants, vignobles et hébergement, en français et en anglais. Un nouveau site est aussi en train d'être finalisé en français et en anglais. L'Office de tourisme va faire des documents ciblés et "chartés" pour les officialiser. Il a pour projet de créer de nouveaux points d'informations (maison du terroir et du tourisme).

Marchés et concurrence (modèle économique)

Concernant le marché, ce sont les prestataires et des partenaires qui le maintiennent. L'avantage au fait qu'il y ait peu de fréquentation à Vauvert, est une meilleure communication avec les acteurs du territoire puisque ces derniers consacrent ainsi plus de temps à leurs visiteurs et tissent des liens humains plus forts que ceux du tourisme de masse. Cette importante communication avec les partenaires permet ainsi à l'Office de tourisme de les connaître individuellement. Ils sont, à leur tour, plus communicatifs avec les touristes et permettent à l'Office de proposer des activités inédites. L'Office met aussi en avant le tourisme rural et vert ce qui peut être très apprécié par les touristes venant découvrir la région.

Concernant la concurrence, ce terme n'est pas employé pour les offices de tourisme. Chacun d'eux propose des choses authentiques et liées à leur territoire d'action. Ici, beaucoup d'activités sont disponibles mais Vauvert n'est pas une destination aussi touristique qu' Aigues Morte ou le Grau du Roi par exemple. Avec les chartes et en améliorant l'aspect communication, l'Office de tourisme a pour objectif de devenir une destination à part entière. En effet, le secteur dans lequel il se trouve ne correspond pas à la Camargue que s' imagine le grand public. Cependant, selon l'enquêtée une fois que les touristes viennent dans la région et notamment à Vauvert, ils reviennent les années suivantes. Ainsi, l'Office voudrait se démarquer avec une communication portée sur une immersion dans la nature sauvage camarguaise et l'évitement du tourisme de masse que d'autres territoires peuvent connaître.

Productivité, performance (fonctionnement économique)

L'Office de tourisme propose essentiellement des services. Pour l'instant, il ne vend pas de produits en particulier mis à part des cartes comme la carte des randonnées, de pêche, des billets de transport comme ceux de *Flixbus* et quelquefois des billets de concert.

L'Office travaille actuellement sur la commercialisation de «packages» sur son site internet. Ceci représente sa perspective de 2019. Pour le moment, la vente de ce type de produits se fait à travers l'Agence de Développement et de Réservation Touristique (ADRT) du Gard, mais d'après l'enquêtée, ce fonctionnement n'est pas optimal et manque d'échos auprès du grand public.

Rentabilité (viabilité économique)

L'office de tourisme de Vauvert et de Petite Camargue est une structure publique dépendant de subventions de l'État. L'office n'a pas pour objectif d'être rentable ; c'est un centre d'information dont les missions se centrent sur l'accueil, l'information et la promotion du tourisme.

Avec les différents flux relationnels (Figure 3); fonctionnement de la production avec les éventuels partenaires et les différentes échelles de la vente (avec pourcentage) :

À l'échelle « **Locale Métropole** », l'Office est en lien avec des partenaires professionnels du tourisme en rapport avec l'hébergement, la restauration et les commerces comme les commerçants de viande de taureau. En revanche, les relations avec les commerces ne concernent pas l'ensemble des commerces présents sur le territoire, par exemple avec les supermarchés.

Concernant les flux financiers, 4 % des subventions sont représentées par les partenaires de l'Office de tourisme. Ceci permet à ces différents acteurs de figurer sur les programmes et sur le site internet de l'Office. Le reste des subventions, soit 96 %, provient de la communauté de communes. Ainsi, elles peuvent être utilisées pour le fonctionnement propre de l'Office, c'est-à-dire pour payer les factures d'eau, l'électricité, les fournitures et les salaires.

De plus, l'Office profite des bénéfices de ses ventes comme des ventes de cartes et des billets de transports. Les bénéfices sont réinvestis dans des projets d'aménagement et d'événementiel.

L'Office de tourisme a recours à la Chambre du Commerce et de l'Industrie (CCI) pour réaliser des diagnostics sur l'ensemble des hébergements du territoire pour savoir ce qui est fait, si la réglementation est respectée, le nombre de participants ainsi que le nombre de nuitées. Avec ce diagnostic complet du territoire, l'Office de tourisme propose aux hébergeurs des ateliers de formation animés par la CCI, sur des sujets tels que la législation, les réseaux sociaux, la destination, afin de les aider dans leur démarche.

Au niveau du **département**, l'Office de tourisme est en relation avec toutes les institutions du tourisme du département, via le comité départemental. L'ADRT (Agence de Développement et de Réservation Touristiques) est partenaire pour des activités comme la randonnée et finance une partie des cartes guides de randonnées. L'ADRT peut aussi participer à des événements, à la communication, ainsi qu'aider pour la vente package en les mettant en vente directement. Elle intervient aussi en partenariat pour le label « clévacances » et « gîtes de France ». Le Comité Régional du Tourisme (CRT) offre la possibilité à l'Office de tourisme de réaliser des formations, à la base payante, pour leurs salariés. Et il dispose d'un large panel puisqu'il s'est regroupé avec le Centre National de la Fonction Publique Territoriale (CNFPT).

L'Office entretient des relations avec l'ADRT qui est un partenaire sur la randonnée, qui fournit des documents de communication et un label « clévacance » s et « gîtes de France », qui finance une partie des guides de randonnée, qui vend les packages de l'Office, etc. Le CRT qui paie des formations aux salariés. Le comité départemental est un partenaire économique de l'Office de tourisme. Il peut être amené à financer les projets de l'Office à sa demande.

À l'échelle régionale, nationale et internationale, via le Pôle d'Equilibre Territorial et Rural (PETR) et grâce au programme européen Liaison Entre Action de Développement de l'Économie Rurale (LEADER), il y a un soutien pour le développement des territoires ruraux. Le programme LEADER est financé par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural (FEADER). Les territoires qui souhaitent développer une stratégie LEADER ont été sélectionnés par les Régions et ceux retenus se voient allouer une enveloppe de FEADER destinée à soutenir des projets innovants portés par des acteurs publics ou privés. Il y a ensuite la mise en place d'un Groupe d'Action Locale (GAL) qui assure l'accompagnement et le suivi des porteurs de projets, mais aussi l'animation et l'évaluation du programme (La Nouvelle-Aquitaine et l'Europe, 2018).

Formalisation des différents points susvisés sous format cartographique pour les flux locaux (département).

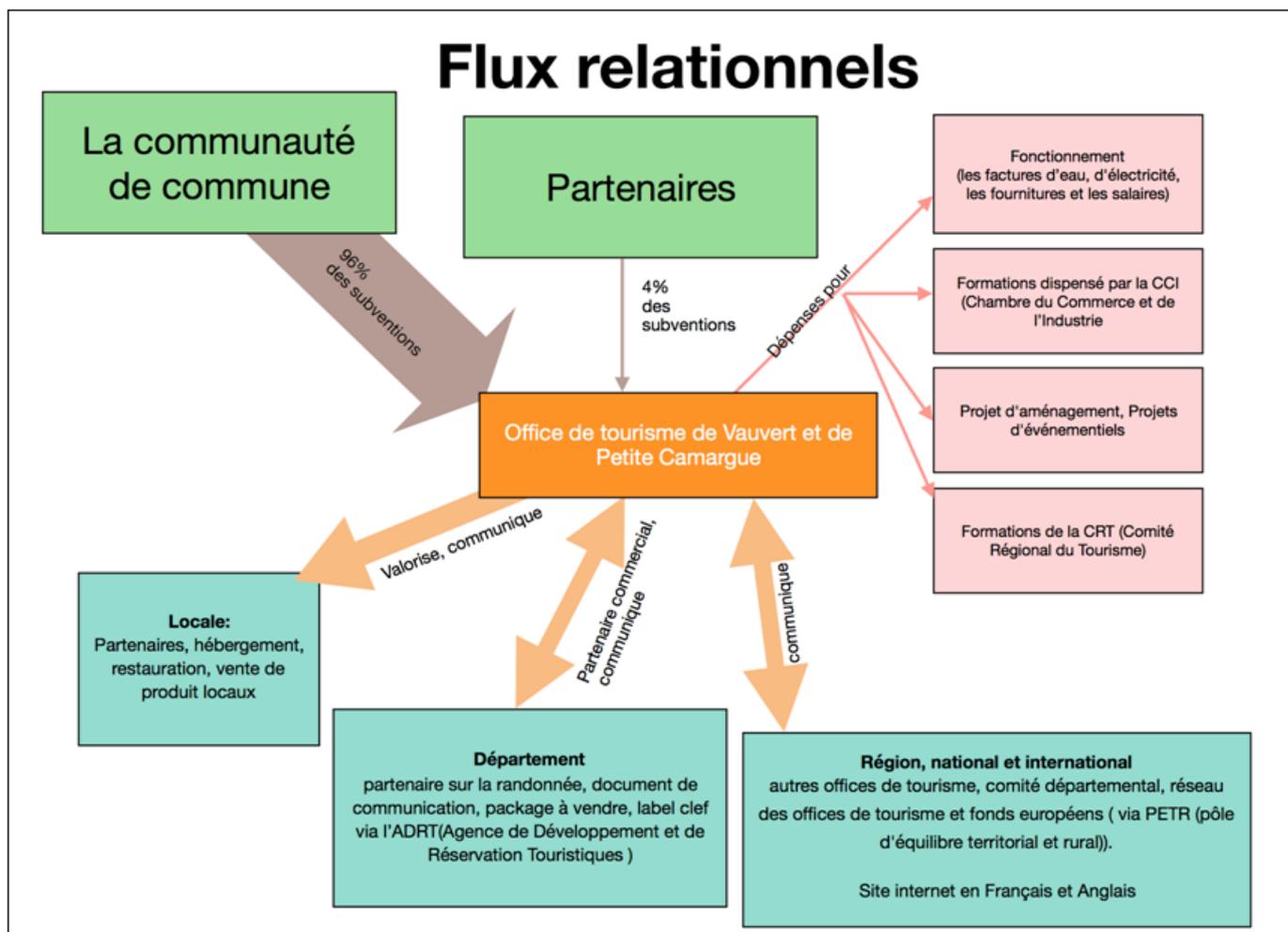


Figure 3 : Schéma du réseau de fonctionnement économique

Subventions, aides (financières et de services)

Les aides et les subventions proviennent essentiellement d'un Pôle d'Équilibre Territorial et Rural (PETR) leader d'un Fonds Européen de Développement Régional (FEDER), du comité départemental et de la communauté de commune.

Perspectives de développement

En perspective pour 2019, l'Office souhaite commercialiser des packages afin de valoriser les acteurs locaux ainsi que leurs produits. Ces packages incluront des activités telles que des balades en calèche ou bien des nuitées ou repas chez les partenaires de l'office. Ceci sera possible quand l'Office aura obtenu une licence de commercialisation. La vente lors de salons est aussi une option envisagée par l'Office de tourisme, mais seulement quand l'actualisation des brochures et du site internet sera finie, un effort est mis sur le côté international avec la création d'une page anglophone.

Pour les sentiers des pèlerins pour Saint Jacques de Compostelle, des liens vont être faits avec Galargues par exemple.

Annexe 1 bis : Territoire PTER Vidourle-Camargue et Garrigues

1) Dépendance de l'activité sur CE territoire (des Garrigues et du PTER Vidourle-Camargue)

L'implantation de votre activité «ici» est-elle induite par CE territoire ?

L'implantation de l'activité de l'Office de tourisme est induite par ce territoire et ne peut pas être implantée sur un autre territoire.

Pourquoi? (dépendance(s) directe(s) ou indirecte(s) ; image, prélèvement, support physique...)

D'après la loi portant Nouvelle Organisation Territoriale de la République (NOTRe) de 2015, il y a obligatoirement un office de tourisme par territoire qui se situe dans la commune ayant la plus grande mairie. Historiquement, Vauvert était la ville qui avait la plus grande mairie et qui représentait un haut lieu de passage. C'est donc cette dernière qui s'est vue dotée d'un office de tourisme.

Si votre activité est liée à ce territoire, vous semble-t-il qu'elle soit liée/influencée par un/e ou plusieurs usages/pratiques historiques/traditionnel(le)s en Camargue? (Ex. pastoralisme, cueillette, écobuage...)

L'activité de l'Office est liée à ce territoire par des usages/pratiques traditionnels/elles puisqu'il existe des traditions camarguaises notables, comme les traditions taurines (Figure 4 ci-dessous), ainsi qu'un patrimoine naturel et bâti reconnu.



Figure 4 : La ferrade, tradition camarguaise. (Office du Tourisme du Pays de Sommières, 2015)

2) Image des garrigues et des paysages du PTER Vidourle-Camargue

Contribuez-vous à ce que paysages et territoires soient connus ou mieux connus par la population/les élus/autre(s) ? À quelle(s) échelle(s) et quel public ?

L'activité contribue à faire connaître les garrigues, ses ressources et ses typicités au niveau :

- local (communal/intercommunal)
- régional (département/région)
- national (interrégional)
- international

L'ensemble de ces catégories est concerné puisque l'Office de tourisme touche la population locale, les élus, tous les commerces, soit tout le grand public. Par exemple, les élus forment la majeure partie du Comité de Direction et sont interpellés sur chaque décision, projet, etc.

3) Soutien politique

Participez-vous à des commissions et/ou réunions concernant la politique locale, et/ou êtes-vous connu et/ou soutenu par des collectivités ?

L'Office de tourisme est proactif dans les instances locales et très soutenues par celles-ci. Il existe un soutien fort de la part de la communauté et plus récemment de la mairie et des commerces. Récemment l'Office a participé à la mise en place complète de la signalisation routière en lien avec les activités touristiques.

4) Collaboration et mutualisation

Travaillez-vous avec des professionnels d'autres domaines ou disciplines que les vôtres ? Si collaborations il y a, de quelles natures sont-elles ?

Les collaborations sont indispensables pour l'activité de l'Office de tourisme. Les collaborations se font principalement avec les restaurateurs ou les gîtes afin de proposer ces services aux touristes.

Collaborez-vous avec d'autres acteurs du même secteur d'activité que vous ? Si collaborations il y a, de quelles natures sont-elles ?

L'Office de tourisme collabore régulièrement avec d'autres offices. Des échanges d'informations se font entre les différentes structures, ainsi la nature des collaborations est essentiellement de type informatif.

Ces acteurs économiques sont-ils implantés dans les garrigues ou/et les territoires du PETR Vidourle-Camargue ?

Oui, les acteurs économiques en lien avec l'office de Vauvert sont implantés sur le territoire PETR Vidourles-Camargue lorsqu'il s'agit des restaurateurs ou activités favorisant le tourisme local. Pour ce qui est des autres offices de tourisme, ils sont eux aussi présents sur des territoires de garrigues ou de Camargue, car la collaboration a lieu avec les offices à proximité.

Connaissez-vous d'autres activités économiques «entre pairs» qui se trouveraient sur le territoire des garrigues et du PETR Vidourle-Camargue et/ou qui valorisent ce territoire ?

Il existe des associations qui correspondent à cette catégorie.

5) Réseaux

Vous faites partie du réseau « Ambassadeurs Eco-tourisme » du PETR Vidourle-Camargue :

- Quels sont les points faibles et inconvénients pour vous ?

Pour l'Office du tourisme, il n'en existe pas vraiment si ce n'est la difficulté de réunir tous les acteurs/ambassadeurs.

- Points forts et avantages pour vous ?

Les avantages de faire partie du réseau « Ambassadeurs Eco-Tourisme » sont multiples : rencontres, partage de connaissances, échanges de bons procédés.

Faites-vous partie d'un ou plusieurs autres réseaux ? Si oui, le ou lesquels ?

L'Office fait parti de plusieurs réseaux tels que « Biodiversité et Paysages » du Syndicat Mixte pour la protection et la gestion de la Camargue Gardoise, « Site remarquable » du goût Taureau de Camargues, « Vignobles et Découvertes », « Gîtes de France », « Clévacances », etc.

Pour quelle(s) raison(s) avez-vous intégré ce(s) réseau(x) ?

Pour apprendre, partager, échanger et transmettre des connaissances, notamment autour de la nature.

Êtes-vous satisfait de ce(s) réseau(x) ? (Actions défendues, intérêt personnel, fonctionnement...)

Oui, l'Office de tourisme est satisfait de son adhésion audit réseau.

6) Positionnement géoéconomique

Quels sont les impacts géoéconomiques de votre activité ?

L'Office a un impact important via la production des cartes. Sabine Chanut communique également avec les représentants de la ADRT et de la CRT. Il met également en place une base de données statistique des visiteurs (de l'échelle locale à l'échelle internationale). Cette base de données est remontée au niveau national ou international pour le projet DATA. Ce dernier consiste à établir une politique d'ouverture du tourisme afin de mener des actions collectives (DATAtourisme, s.d.).

De par la mise en place d'une communication en anglais et sa participation au prochain Salon des Vacances de Bruxelles, l'Office vise un rayonnement international.

Travaillez-vous avec des intermédiaires pour la commercialisation de vos produits/services ?

L'Office travaille avec la ADRT pour la commercialisation de ses produits et de ses services.

Êtes-vous un intermédiaire dans la commercialisation de produits/services proposés par un autre acteur économique ?

Oui, l'Office a réalisé une carte de pêche avec la Fédération de pêche, et valorise les activités d'hébergement du territoire, etc.

La mise en place d'un module de réservation direct sur leur site web (« la place de marché ») qui permet à chacun des partenaires d'avoir un module afin de gérer les réservations auprès des entreprises d'hébergement.

7) Perspectives

Comment envisagez-vous l'avenir de votre entreprise ?

Les perspectives d'évolution sont importantes, l'Office a des projets pour développer son activité.

Avez-vous identifié des possibilités de développement/évolution de votre activité ? Si oui, de quoi auriez-vous besoin pour ce faire ? (Formation, communication, valorisation...) ? En particulier du réseau « Ambassadeurs Eco-tourisme du PETR » ?

L'Office a identifié des possibilités de développement et d'évolution de son activité avec l'ouverture d'un nouveau point d'accueil. De plus grands moyens financiers seraient nécessaires à ce développement, des aides possibles sont attendues.

Si non, envisagez-vous d'y réfléchir ? Rencontrez-vous un/des frein(s) pour mener cette éventuelle réflexion ?

Outre des freins financiers, l'implication des partenaires peut également être un frein à l'évolution de l'activité de l'Office.

Par ailleurs, de quoi auriez-vous besoin pour pérenniser votre activité ?

Afin de pérenniser son activité, l'Office aurait besoin de plus grands moyens financiers et d'éventuellement plus de partenaires. Par ailleurs, comme le territoire est fixe et qu'il est géographiquement limité, l'augmentation du nombre de partenariats n'est pas essentielle. De nouvelles activités pourraient également être un facteur permettant de pérenniser l'activité. Cependant peu de partenaires supplémentaires pourront s'intégrer à l'Office puisque les activités ne se développent pas.

8) Innovation

Comment estimez-vous le niveau d'innovation de votre entreprise sur le territoire ?

L'entreprise sur le territoire est peu innovante à l'heure actuelle. Par ailleurs, l'Office présente des perspectives de développement en 2019 qui permettront de le rendre plus innovant.

Utilisez-vous un ou plusieurs outils numériques ? Si oui, le ou lesquels ?

L'Office utilise plusieurs outils numériques. Il dispose d'un site web et est présent sur les réseaux sociaux (Twitter, Facebook). Cependant, ces outils sont peu et mal utilisés. En perspective, l'Office prévoit l'installation de bornes tactiles extérieures.

Et pour quel(s) aspect(s) de votre activité ?

Ces outils serviront à la promotion et à la communication des activités proposées par l'office.

Annexe 2 : Description et analyse sommaire des principaux impacts de l'activité sur l'environnement, recommandations d'actions d'amélioration

1) Dans le diagnostic environnemental, les modules suivants devront être abordés en gardant cette hiérarchisation :

- Milieu physique : topographie/sol, eaux superficielles et souterraines
- Milieu naturel : faune et flore
- Paysage et patrimoine
- Activités humaines
- Risques majeurs (inondation, feu de forêt, etc.). Uniquement, indiquez si votre activité a un impact (+ ou -) sur un des différents types de risques

L'office de tourisme possède un petit jardin devant la bâtiment qu'il entretient avec soin. Il favorise les espèces locales et y organise des petits apéros partagés lors d'évènement.

Pour ce qui est de cette partie, l'enquêtée a répondu aux points qui la concernait, ce qui explique que certains éléments de la hiérarchisation proposée ne soient pas traités. Un diagnostic environnemental a été demandé durant l'entretien, dans lequel les impacts positifs et négatifs de la structure sur l'environnement ont été détaillés.

Tout d'abord, l'enquêtée a mis en avant la difficulté de répondre à la question vis-à-vis de la position de l'Office de tourisme, qui certes promeut des activités, mais n'en réalise pas : «[...] nous ne sortons pas de notre bâtiment qui est l'Office du tourisme, donc les impacts directs on en a pas». Cependant, l'Office de tourisme a participé à l'installation d'aménagements doux comme des boucles de promenades en vélo et a promu «des journées sans voitures».

Lorsque les enquêteurs ont insisté sur les impacts négatifs, Mme Chanut n'a pas cité les impacts de sa structure, mais les impacts des activités qu'elle proposait aux touristes : «[...] les promenades en 4x4... Les impacts positifs... il n'y en a pas. Ils compensent, mais c'est pas suffisant.. [...] il y a un gros impact sur la faune au niveau du dérangement». À cela, elle a ajouté qu'il existe un non-respect de la loi interdisant le passage de véhicules motorisés sur une route à proximité de Le Cailar, sur une zone emblématique de la région. Ces infractions causent aussi bien des dérangements auprès de la faune que des citoyens (nuisances sonores). Concernant les aménagements réalisés, l'Office de tourisme a pris soin de travailler avec des sociétés qui proposent des panneaux en bois certifiés pour rendre praticable un chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle. Ces prévisions sont en partie dues à un respect obligatoire de la charte paysagère (Grand site de France).

Enfin, quant aux questions relatives aux risques inondations ou incendies, l'enquêtée a déclaré avoir des documents de préventions à distribuer aux touristes afin de les sensibiliser à ces risques possibles et posséder des panneaux de sensibilisation disposant d'icônes de préventions.

2) Décrivez sous forme de «fiches action» (impact positif ou négatif) proposer des recommandations pour améliorer le bilan environnemental de l'activité. La fiche précisera l'impact concerné, ses enjeux, les objectifs, les moyens et les modalités de mise en œuvre de l'action.

Présentation des fiches actions

Location de vélos

Objectifs	Favoriser les transports doux en mettant à disposition pour un prix raisonnable des vélos d'occasion.
Impacts ciblés	<ul style="list-style-type: none">- Nouvelle activité économique- Transports doux : bons pour la santé, rapides, permet aux touristes une baisse du budget essence- Désengorgement des routes aux heures de pointe
Modalités de mise en oeuvre	<ul style="list-style-type: none">- Recherche de financements pour le projet- Récupération et réparation de vélos (Emaus, le bon coin)- Achat d'un local à vélos ou mise à dispositions de vélos chez certains partenaires de l'Office de Tourisme- Location de vélo avec caution pour minimiser les vols- Peindre les vélos aux couleurs de Vauvert et ajouter le logo de l'Office
Moyens	<ul style="list-style-type: none">- Moyens humains supplémentaires pour la tenue et l'entretien du local et du matériel- Achat de vélos de seconde main- Création d'une carte des circuits possibles pour les transports doux- Création d'une charte graphique

Création d'écocup

Objectifs	<ul style="list-style-type: none">- Publicité passive puisque les écocup sont imprimés avec les logos de l'Office de Tourisme- Sensibiliser à la réduction de déchets en plastique à usage unique en montrant l'exemple- Réduire l'empreinte écologique- Faire des économies sur le long terme
Impacts ciblés	Réduction des déchets produits lors des événements organisés par l'Office de Tourisme
Modalités de mise en oeuvre	<p>L'Office peut faire une commande en gros d'écocup avec un graphisme intéressant, peut-être même faire appel à un artiste local.</p> <p>Le logo final pourrait être choisi par les habitants via un vote.</p> <p>A chaque événement, l'Office pourra proposer des écocup consignés, mais certains pourront le ramener chez eux. Faire un nouveau design chaque fois que le précédent est écoulé.</p>
Moyens	<p>Sites utiles pour la commande d'écocup :</p> <p>https://www.ecocup.fr</p> <p>https://cupkiller.com/fr/</p> <p>https://gobeletsgreencup.fr/</p> <p>Les prix varient en fonction de plusieurs paramètres (couleurs, qualité du dessin, quantité...) mais dans l'ensemble, un écocup sérigraphié coûte en moyenne moins de 80 centimes d'euro.</p>

Impression sur papier recyclé ou à graines

Objectifs	Imprimer les cartes, les brochures, les guides et autres documents sur du papier recyclé ou sur du papier à graine dans une vision de développement durable de l'Office de Tourisme.
Impacts ciblés	<ul style="list-style-type: none">- Limiter la déforestation et donc l'utilisation accrue de ressource- Réduction des déchets en faisant de la réutilisation (3RV)- Augmenter le recyclage- Limiter la pollution des autres papiers, notamment de papier glacé
Modalités de mise en oeuvre	<p>Cibler les éléments à imprimer sur ce type de papier :</p> <ul style="list-style-type: none">- Les cartes de la région- Les cartes des circuits dans voiture- Les brochures distribuées par l'Office- Les différents guides <p>Sélectionner l'entreprise d'impression</p> <p>OU</p> <p>Faire part à l'entreprise déjà mandatée de changer de type de papier pour les prochaines impressions à réaliser.</p> <p>Pour le papier à graines, il est nécessaire de déterminer quelles espèces végétales peuvent être inclus dans le support. Mettre des espèces méditerranéennes locales et non envahissantes serait la meilleure option pour l'Office de tourisme.</p> <p>Une fois imprimés, il faut sensibiliser les citoyens et touristes afin qu'ils puissent comprendre la démarche et comprendre comment recycler ces papiers.</p>
Moyens	<p>Prix d'une impression sur papier recyclé, à voir avec l'entreprise d'impression</p> <p>Site intéressant pour imprimer sur graine : http://www.papier-ensemence.fr/</p> <p>Pour 5000 exemplaires impression quadri Recto seul sur papier Plume 70g :</p> <ul style="list-style-type: none">• A6 à partir de 0.34 euros HT• A5 à partir de 0.52 euros HT• A4 à partir de 0.72 euros HT

Limitation de l'éclairage

Objectifs

Eviter au maximum la pollution lumineuse pour réduire l'impact sur les espèces lucifuges (qui n'aiment pas la lumière).

Impacts ciblés

Sur les habitats :

- Impact irrémédiable sur les habitats

Sur les espèces :

- Altération de l'habitat de l'espèce

- Perturbation du terrain de chasse d'espèces lucifuges

- Dérangement pendant la phase travaux

Modalités de mise en oeuvre

La plupart des chauves-souris fuient la lumière. Les insectes (notamment papillons de nuit qui sont la source principale d'alimentation des chauves-souris) attirés par les lumières s'y concentrent ce qui provoque une perte de disponibilité alimentaire pour les espèces qui fuient la lumière, et les zones éclairées constituent des barrières inaccessibles. Principe :

- Préconiser la pose d'ampoules à vapeur de sodium (lumières jaune-orangée)
- Privilégier l'éclairage vers le sol et non vers le ciel

Ce dispositif pourrait être envisagé dans un premier temps dans les locaux de l'office du tourisme puis à proposer chez les prestataires, enfin le dispositif pourrait être appliqué dans la communauté de commune pour maximiser l'effet de la mesure.

Trois grandes catégories d'éclairage

2002 The University of Texas McDonald Observatory

Bon



- Eclairage le plus efficace
- Dirige la lumière où c'est nécessaire
- L'ampoule est masquée
- Réduit l'éblouissement
- Limite l'intrusion de la lumière vers les propriétés voisines
- Aide à préserver le ciel nocturne

Mauvais



- Gaspille l'énergie et renvoie la lumière vers le ciel
- Provoque l'éblouissement
- L'ampoule est visible
- Gène le voisinage

Très mauvais



- Gaspille l'énergie et renvoie la lumière vers le ciel
- Provoque l'éblouissement
- Gène le voisinage et en plus...
- Mauvaise efficacité de l'éclairage
- Gaspillage très important

Moyens

Ampoule à vapeur de sodium :

<http://materiel.hellopro.fr/lampes-a-vapeur-de-sodium-3004149-1-feuille.htm>

Sensibilisation aux écogestes et à la prévention des risques

<p>Objectifs</p>	<p>Mieux communiquer avec la population locale, les touristes et les partenaires sur les gestes à adopter pour préserver l'environnement et sur les actions à mener en prévention des risques liés à la nature.</p>
<p>Impacts ciblés</p>	<p>Hébergement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gaspillage de l'eau et de l'électricité - Gaspillage du papier <p>Transport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forte émission de dioxyde de carbone par l'utilisation des voitures <p>Milieus naturels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Destruction des habitats par les activités de pleines natures. Exemples : piétinement, arrachage des plantes, déclenchement involontaire de feux, déchets ... - Perturbation de la faune. Exemple : bruit
<p>Modalités de mise en oeuvre</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Distribution de guides éco-gestes et de plaquettes de prévention des risques aux partenaires pour les informer. Ces plaquettes pourront être distribuer aux touristes par les partenaires et plus de l'office. Ces plaquettes pourront traiter, entre autres, des points suivants : éteindre les appareils électriques après utilisation, économiser l'eau, utiliser du papier recyclé et imprimer en recto/verso, favoriser les transports en commun, le vélo, la marche et le co-voiturage, lors des promenades rester sur les sentiers balisés, ne pas cueillir de plantes, ne pas jeter les mégots de cigarettes dans la nature., ne pas faire de feux de camp , ne pas faire trop de bruit en milieux naturels et à proximité des enclos de taureaux - Compléter les panneaux de signalisation des pistes de randonnées/promenades avec des sigles des préventions des risques. Quelques exemples : <div data-bbox="549 1594 1326 1727" data-label="Image"> </div> <p>(Source : http://www.mercantour-parcnational.fr)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formation des guides natures à la prévention des risques qui pourront à leur tour sensibiliser rapidement le public à cette problématique au début des excursions. - Organisation d'évènements de sensibilisation du grand public
<p>Moyens</p>	<p>Moyens financiers : budget d'impression des guides et des panneaux de signalisations complétés. Moyens humains : une personne durant 1/2 journée pour former les guides natures</p>

Sortie "connaître et nettoyer la nature"

Objectifs	<ul style="list-style-type: none">- Faire découvrir le patrimoine naturel de la région- Ramasser les déchets- Sensibiliser à l'environnement et aux bonnes pratiques
Impacts ciblés	<ul style="list-style-type: none">- Nettoyer les déchets dans la région- Sensibiliser aux éco-gestes- Faire découvrir la biodiversité environnante
Modalités de mise en oeuvre	<ul style="list-style-type: none">- Choisir le trajet de la sortie naturaliste. Si la sortie plaît cela pourrait se faire régulièrement sur des sites différents. Cela permettrait de nettoyer une plus grande surface et de faire découvrir la totalité du patrimoine de la communauté de communes.- Se procurer des sacs poubelles et gants pour tous les participants (achat ou prêt du service de nettoyage de la commune)- Organiser la sortie avec un guide naturaliste qui permettra aux participants de découvrir le patrimoine naturel de la région- Préparer un buffet à la fin pour féliciter les participants. Prévoir le buffet avec des produits locaux grâce à l'aide des partenaires de l'office
Moyens	<p>Moyens humains :</p> <ul style="list-style-type: none">- Un guide naturaliste pour la sortie <p>Moyens financiers :</p> <ul style="list-style-type: none">- Des sacs poubelles écologiques : 3 euros les 30 environ- Des gants de jardinage : 20 euros les 15 paires environ

Panneaux pédagogiques sensibilisant à l'environnement

Objectifs	Sensibilisation de la population (habitants et touristes) aux éco-gestes et à la biodiversité. Proposer des ateliers créatifs aux acteurs locaux.
Impacts ciblés	Sensibiliser le public sur le développement durable, par exemple : <ul style="list-style-type: none">- Le rejet de déchets dans la nature- Le dérangement des espèces- L'utilisation de la voiture- L'utilisation d'eau potable, etc...
Modalités de mise en oeuvre	Choisir un endroit stratégique où installer ces panneaux : sur un chemin de randonnée, devant l'Office de tourisme etc. Cibler les thèmes à aborder et à développer : eau, déchets, biodiversité, énergie, alimentation... Choisir les supports utilisés : <ul style="list-style-type: none">- Simples panneaux explicatifs- Panneau numérique avec une vidéo sur les éco-gestes, réalisée avec l'aide de scolaires- Panneaux ludiques avec des jeux éducatifs Créer les panneaux, jeux et vidéo avec l'aide des acteurs locaux
Moyens	Moyens financiers : Plusieurs panneaux en bois : Estimés par l'entreprise Pic bois à 1000 à 1500 euros par panneau en bois. Panneaux en bois ludique et éducatifs : Estimés à environ 2000 euros par panneau (exemple : https://entreprise-collectivite.fr/parcours-de-motricite-pour-enfants/4051-le-comptoir-meteo-pour-les-enfants-de-0-a-3-ans.html) Moyens humains pour leur conception et développement : Création graphique d'un visuel pour panneau – environ 200 euros.

Annexe 3 : Diagnostic d'application de la charte « Ambassadeurs Eco-Tourisme »

En passant en revue les éléments pertinents, c'est-à-dire applicables à votre structure, évaluez leur application qualitative (Oui/Non ou 0/1) et nuancez-la avec une notation quantitative de 1 à 5 étoiles.

Pour les hébergements	Pour les activités de loisirs
<p>1/ Gérer les ressources</p> <p>Tri des déchets</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mettre des poubelles de tri à disposition - Renseigner sur les horaires de ramassage <p>Énergie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Minuteries ou détecteurs de présence - Equipés d'ampoules "basse consommation" à plus de 50% - Avoir conscience de son isolation thermique - Maintenir les appareils électriques éteints lorsque non utilisés - Préconiser l'utilisation d'autres énergies (éolien, solaire...) - Collecte annuelle de données de consommation <p>Eau</p> <ul style="list-style-type: none"> - Equiper les robinets et les douchettes de limiteurs de débit - WC à chasse d'eau à double débit - Jardiner et fleurir durablement - Gestion du linge à la demande <p>2/ Pratiquer les éco-gestes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faire un compostage - Utiliser des produits d'entretien biodégradables - Récupérer ses huiles usagées (restauration) <p>3/ Manger local</p> <ul style="list-style-type: none"> - Favoriser les producteurs locaux - Donner la liste des marchés du terroir - Promouvoir un produit coup de coeur - Connaître et favoriser les produits de saison - Valoriser les restaurants qui travaillent avec les produits de saison <p>4/ Se déplacer en douceur</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faire connaître les réseaux de transport en commun - Tenir à disposition des vélos ou informer sur les locations de vélos possibles - Mettre à disposition les cartes de randonnée du territoire - Proposer des itinéraires pour optimiser les déplacements - Informer sur les possibilités ou stimuler le covoiturage <p>5/ Faire découvrir, respecter et transmettre le patrimoine naturel et culturel</p>	<p>1/ Gérer les ressources</p> <p>Tri des déchets</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mettre des poubelles de tri à disposition ou gérer le tri - Veiller au ramassage des déchets en cas d'activité itinérante <p>Énergie (pour les lieux d'accueil)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Minuteries ou détecteurs de présence - Equipés d'ampoules "basse consommation" à plus de 50% - Avoir conscience de son isolation thermique - Maintenir les appareils électriques éteints lorsque non utilisés - Préconiser l'utilisation d'autres énergies (éolien, solaire...) - Collecte annuelle de données de consommation <p>Eau (pour les lieux d'accueil)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Equiper les robinets de limiteurs de débit - WC à chasse d'eau à double débit - Jardiner et fleurir durablement <p>2/ Pratiquer les éco-gestes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participer ou animer une journée nettoyage de la nature - Respecter la législation en vigueur dans les espaces naturels - Respecter les milieux naturels sensibles - Ne pas détériorer les chemins ou la flore - Respecter les autres usagers de l'espace naturel - Entretenir proprement son matériel (produit biodégradable) <p>3/ Manger local</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposer la découverte d'un produit local dans le cadre de dégustations - Promouvoir un produit coup de coeur - Valoriser les restaurants qui travaillent avec les produits de saison <p>4/ Se déplacer en douceur</p> <ul style="list-style-type: none"> - Offrir un avantage aux clients qui viennent avec un transport doux - Mettre à disposition les cartes touristiques promouvant les déplacements doux - Eco compenser le CO² rejeté dans le cadre de mes activités <p>5/ Faire découvrir, respecter et transmettre le patrimoine naturel et culturel</p>

1) Gérer la ressource

Pour ce qui se rapporte aux déchets, le tri est effectué avec des poubelles adaptées. Quand des sorties sont organisées, l'Office prend l'initiative d'emmener des sacs poubelle afin de ne pas laisser de déchets. En termes d'énergie, tout l'Office du tourisme est équipé d'ampoules à basse consommation, mais il n'y a pas de détecteurs de présences et minuteries pour les espaces communs. Il n'existe pas de préconisation d'utilisation d'autres énergies ou de collecte annuelle des données de consommation.

Pour finir avec l'utilisation de l'eau, tous les robinets de l'Office sont équipés de limiteurs de débit et les w.c. possèdent une chasse d'eau à double débit. La ville de Vauvert s'efforce de jardiner et fleurir durablement en limitant sa consommation d'eau. Ils ont également, durant quatre années consécutives, reçu un prix d'encouragement du conseil général. L'Office souhaiterait que le jardin devant le bâtiment soit fleuri à partir d'espèces méditerranéennes.

2) Pratiquer les éco gestes

L'Office du tourisme a participé à la mise en place de différents réseaux pour lesquels ils ont organisé des formations. Ces dernières permettent aux partenaires de développer leurs connaissances concernant le tourisme durable, la fabrication de produits avec d'autres partenaires de l'Office ainsi que le développement de leur réseau professionnel.

L'Office du tourisme a, par ce biais, participé à la mise en place du réseau professionnel «Costière Camargues Authentiques» qui est aujourd'hui ambassadeur de tourisme durable. Ce réseau est d'ailleurs organisateur d'une «journée nettoyage de la nature» auquel participe chaque année l'Office et l'enquêtée.

L'Office ainsi que ses partenaires respecte également la législation mise en vigueur dans les espaces naturels afin de ne pas détériorer les chemins ainsi que les milieux et utilise pour l'entretien uniquement des produits biodégradables.

3) Manger local

Dans le cadre de ses activités, l'Office de tourisme valorise les produits locaux par de nombreuses manifestations. Des «pots» sont par exemple organisés chaque été dans les campings ou au port afin de faire découvrir aux touristes les produits des partenaires de l'Office directement sur les lieux d'accueil ainsi que des produits «coup de cœur».

A contrario la valorisation des restaurants travaillant avec des produits de saison est impossible. En effet, l'Office ne peut favoriser un de ses restaurateurs partenaires plus qu'un autre, excepté si une véritable enquête suivie d'un sondage auprès des clients est réalisée. A l'avenir, l'Office souhaite réaliser des sondages plus poussés afin de mettre en lumière un restaurant du Le Cailar qui réalise des plats faits maison.

De manière générale, les restaurateurs amènent certaines difficultés à l'Office de tourisme. En effet, ils n'ont pas de formations permettant de travailler de manière durable et ne souhaitent pas participer aux formations proposées par l'Office à cause de leurs charges de travail déjà très important.

Ainsi, l'Office s'appuie sur la mise en place de label «café pays» (deux restaurateurs ont actuellement ce label) qui, de par leur charte, propose des produits locaux et de la documentation touristique. Ce label pourra à l'avenir être modifié par «Bistro de pays» en accord avec l'ADRT.

4) Se déplacer en douceur

Les touristes utilisant des transports doux (par exemple des vélos) ne profitent pas encore d'avantages puisque leur valorisation ne se fait pas encore à Vauvert. Cette année (2018), un circuit sans voiture a été créé avec le PETR et est inscrit sur le guide ainsi que le site internet. Il peut être réalisé en calèche, à cheval, à vélo ou à pied. Le projet est en cours de finalisation et sera proposé début 2019.

Des journées d'animations de ce circuit ont été réalisées avec les ambassadeurs. Ainsi des boucles ont été réalisées pour le nord et le sud de la commune incluant dans le circuit les partenaires ambassadeurs (une boucherie vendant de la viande de taureau par exemple).

Il n'existe pas encore de carte promouvant les transports doux mis à part dans le guide cité ci-dessus. Néanmoins lorsque les touristes demandent conseil, l'accueil de l'office du tourisme veille à proposer ce type de circuits et incite les touristes à ne pas utiliser leurs voitures. Par exemple, les agents d'accueil de l'office invitent les touristes à laisser la voiture durant leur séjour pour utiliser les voies vertes à vélo et rentrer en train s'ils sont fatigués.

L'office ne pense pas avoir d'impact négatif ou rejeter du Co2 «à par celui qu'on respire [...]». Il n'y a qu'un des deux partenaires proposant des balades en 4x4 qui compense ses émissions de Co2. Ces acteurs du tourisme soulèvent régulièrement des polémiques au sein des réunions avec les syndicats mixtes et des ambassadeurs du territoire.

5) Faire découvrir, respecter et transmettre le patrimoine naturel et culturel

La transmission d'informations est limitée par les guides touristiques vendus à l'Office de tourisme. Ce sont les partenaires et ambassadeurs qui font découvrir le patrimoine naturel et culturel. Afin d'améliorer le bilan environnemental, l'office souhaiterait faire plus de covoiturage.

La structure de l'office étant réduite, l'enquêtee ne voit pas d'amélioration possible excepté le fleurissement de la ville et l'utilisation de plantes méditerranéennes.