



ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE DE « DESTINATIONS
TOURISTIQUES ÉCOMOBILES PYRÉNÉENES »
(PRESTATION DE SERVICE ACTION 4 – PLANIFICATION –
du formulaire de candidature)

Étape 2.
**Définir le plan de création de produits touristiques
et de promotion sur les marchés internationaux**

Novembre 2018



OBJECTIF

- Définir les conditions de base et la typologie de produits à créer à l'échelle du Club de destinations.
- En parallèle, disposer d'un guide méthodologique à destination des professionnels et des territoires pour les aider dans le montage de produits touristiques répondant aux attentes des clientèles ciblées.

Les « destinations GPS Tourism » serviront de territoires support à la création de produits touristiques. La promotion des destinations se fera essentiellement par la promotion de ces produits touristiques.



1. Identification et collecte de modèles de référentiels liés à la création de produits



**Étape 2.
Définir le plan de création de produits
touristiques et de promotion**






Actions prévues (selon consultation PNRPC)	Actions développées (selon accord réunion 3 octobre 2018)
Identification et collecte de modèles de référentiels liés à la création de produits	1. Identification et collecte de modèles de référentiels liés à la création de produits Minimum prévu : 6 / réalisés : 20
Sélection de trois de ces référentiels avec les membres du comité. Dossier étude des trois modèles	2. Identification des aspects ayant le plus grand intérêt pour l'élaboration du référentiel (à partir des 20 modèles identifiés).
Séance de travail pour évaluer les informations et la proposition de contenu du référentiel.	3. Document de base pour la rédaction du référentiel. Séance de travail pour évaluer les informations et la proposition de contenu du référentiel
Rédaction du référentiel.	4. Rédaction du référentiel.
Présentation et restitution des résultats.	5. Présentation et restitution des résultats.

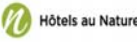


Identification et collecte de modèles de référentiels

	Logo et lien	Nom	Présentation	Référentiel
1		En Bretagne sans ma voiture	Projet de développement de la mobilité sur les territoires à moyen-long terme : 3 à 5 ans, porté par le Comité Régional Tourisme Bretagne. Structuration et production d'offres de séjours touristiques (idées séjours ou séjours packagés) répondant à un cahier des charges rédigé. Cible prioritaire : la clientèle parisienne arrivant en Bretagne par le train.	Oui
2		VÉLO LOISIR PROVENCE	Vélo Loisir Provence est une association territoriale qui coordonne le développement du vélotourisme en région PACA, plus particulièrement dans les PNR du Lubéron et du Vercors, en développement dans les PNR des Alpilles et de la Camargue, afin de favoriser une approche intégrale du vélotourisme.	Oui
3		France vélo Tourisme	Accueil Vélo est une marque nationale de France Vélo Tourisme, qui garantit un accueil et des services de qualité auprès des cyclistes le long des itinéraires cyclables, axant son offre autour de prestataires de services partenaires pour l'hébergement, la location, les lieux de visites et les offices de tourisme.	Oui
4		Rando Accueil	Label national promu par une association public-privé d'établissements d'accueil et de collectivités territoriales, qui identifie des établissements touristiques offrant une prestation d'hébergement, spécialisés dans la randonnée (à pied, à vélo, en VTT, à cheval, à ski, en raquettes...) mais aussi dans les activités de découverte et les sports de pleine nature.	Oui






Identification et collecte de modèles de référentiels

	Logo et lien	Nom	Présentation	Référentiel
5		Altamonta - Les Pyrénées mythiques à vélo	<p>Démarche de valorisation de tout le territoire de la Vallée des Gaves, avec une concentration de cols réputés, à peine séparés de quelques dizaines de kilomètres (Tourmalet, Luz Ardiden, Hautacam, Soulor-Aubisque)</p> <p>L'objectif est permettre aux clientèles cyclos de profiter des itinéraires moins connus mais tout aussi intéressants, et de se démarquer en tant que destination de séjour à vélo et non simplement d'étape sur la traversée des Pyrénées. L'intérêt est aussi de diluer les flux de cyclistes</p>	Oui
6		Welcome Walkers / Welcome Cyclists	Labels promus par les organismes de promotion touristique VisitScotland, VisitEngland, VisitIreland. Les établissements labélisés doivent répondre à certains critères dont notamment celui de disposer d'informations spécifiques sur le territoire, les transports publics et la prévision météorologique, les repas ou certains services propres aux types de publics.	Oui
7		Gîtes Panda	Les Gîtes Panda sont des hébergements Gîtes de France, auxquels le WWF accorde son label lorsqu'ils répondent à trois conditions quant à la biodiversité et la protection de la nature, éco habitat et écocitoyenneté. Si cette association est en train de décliner, le label Ecogîte mis en place par les Gîtes de France, gagne quant à lui de plus en plus en importance.	Oui




Identification et collecte de modèles de référentiels

	Logo et lien	Nom	Présentation	Référentiel
8		Hôtels au Naturel	21 établissements répartis dans 8 parcs naturels régionaux qui travaillent pour réduire l'impact de leurs activités sur l'environnement.	Oui
9		La Clef Verte	<p>Le premier écolabel pour l'hébergement touristique en France, par le nombre de labellisés et par son antériorité. 603 établissements labellisés en France, 18 millions de nuitées.</p> <p>Mais c'est aussi un label international : 57 pays participants pour permettre le développement d'un tourisme durable, écologiquement vertueux et socialement responsable.</p>	Oui
10		Wanderhotels	Association de 73 hébergements de toutes catégories spécialisés dans la randonnée, en Autriche, Italie (Südtirol et Trentino) et Allemagne (Schwarzwald). Leur devise : Rechargez vos batteries, profitez de la nature, retrouvez la paix. Des critères de qualité et de services sont garantis par les hébergeurs. Le nombre d'adhérents à l'association est cependant en déclin.	Oui



Identification et collecte de modèles de référentiels

	Logo et lien	Nom	Présentation	Référentiel
11		bett+bike	Label promu par l'Association allemande de cyclisme ADFC. 5 500 établissements inscrits (hôtels, pensions, auberges, campings et gîtes ruraux), tous adaptés aux nécessités particulières des touristes à vélo.	Oui
12		Benvinguts senderistes i cicloturistes	Label de qualité promu par Ara Lleida. Les entreprises suivent des cours afin d'adapter leurs offres et services aux randonneurs.euses et cyclotouristes. Actuellement intégrée dans le référentiel <i>Senderisme</i> et <i>Cicloturisme</i> de l'Agència Catalana de Turisme.	Oui
13		Cheval Étape	Label promu par la Fédération Française d'Équitation, et qui labellise des établissements permettant de recevoir des équidés proches d'hôtels, campings, B&B, restaurants... Dans un rayon inférieur à 3 km.	Oui
14		Sites & Paysages CAMPINGS	54 campings « à taille humaine » nature et famille, situés autour d'espaces naturels protégés.	Oui
15		Flower campings	Plus de 120 campings en France, pour des vacances dans la nature, de moins de 250 places. Engagement au niveau de l'accueil, du nettoyage, esprit de l'établissement, environnement, tranquillité, information touristique...	Oui

Identification et collecte de modèles de référentiels

	Logo et lien	Nom	Présentation	Référentiel
16		Atr Agir pour un tourisme responsable	ATR rassemble les professionnels du voyage engagés dans un tourisme à visage humain. Un label qui a été rénové en 2015, basé sur 16 engagements groupés en 3 axes : transparence, partenariat et cohérence.	Oui
17		ATES (Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire)	Réseau d'acteurs et de spécialistes du tourisme équitable et solidaire, crée en 2006, qui regroupe des voyageurs, des opérateurs relais et des membres associés, tous engagés pour faire du voyage un levier de développement et de solidarité internationale.	Oui
16		VVV Écotourisme	Association qui regroupe divers opérateurs de voyages sensibilisés au tourisme responsable, qui regroupe 21 voyageurs, des agences réceptives, des associations et plus de 5 300 voyageurs consomm'acteurs, entourés de spécialistes de diverses disciplines (chercheurs, écrivains, journalistes spécialisés, responsables associatifs, etc.). L'association œuvre pour l'information sur des thèmes peu abordés, mais importants (les pollutions liées au voyage, les politiques de prix, les impacts sur les territoires d'accueil, etc.).	

Identification et collecte de modèles de référentiels

	Logo et lien	Nom	Présentation	Référentiel
17		Forum Anders Reisen	Plus de 100 organisateurs de voyages de pays germanophones, engagés pour le tourisme durable mais aussi des prestataires d'autres pays adressés à cette clientèle. Ce sont des spécialistes qui rendent leurs voyages respectueux de l'environnement et socialement responsables. Un référentiel établi autour de six axes : mobilité, destinations, partenaires dans les destinations, communication externe, entreprise, procès de certification CSR.	Oui
18		AITO: Association of Independent Tour Operators	Association des opérateurs indépendants du Royaume-Uni qui ont intégré les aspects liés au tourisme responsable et durable dans la charte de qualité signée par les entreprises adhérentes. Les axes de la charte sont : protection de l'environnement, respect de la culture locale, soutien aux locaux dans les destinations, protéger les ressources naturelles, minimiser la pollution (bruits, massification, déchets)	Oui



2. Identification des aspects ayant le plus grand intérêt pour l'élaboration du référentiel



Étape 2. Définir le plan de création de produits touristiques et de promotion



Actions prévues (selon consultation PNRPC)	Actions développées (selon accord réunion 3 octobre 2018)
Identification et collecte de modèles de référentiels liés à la création de produits	1. Identification et collecte de modèles de référentiels liés à la création de produits Minimum prévu : 6 / réalisés : 20
Sélection de trois de ces référentiels avec les membres du comité. Dossier étude des trois modèles	2. Identification des aspects ayant le plus grand intérêt pour l'élaboration du référentiel (à partir des 20 modèles identifiés).
Séance de travail pour évaluer les informations et la proposition de contenu du référentiel.	3. Document de base pour la rédaction du référentiel. Séance de travail pour évaluer les informations et la proposition de contenu du référentiel
Rédaction du référentiel.	4. Rédaction du référentiel.
Présentation et restitution des résultats.	5. Présentation et restitution des résultats.

Modèles liés à la création de produits.



tourismebretagne.com



visitscotland.com



bettundbike.de



veloloisirprovence.com



ecotourisme.gites-de-france.com



benvinguts.cat



francevelotourisme.com



hotels-au-naturel.com



ffe.com/club/Labels/Cheval-Etape



rando-accueil.com



clefverte.com



sites-et-paysages.com



pyrenees-cyclo.com



wanderhotels.com



flowercampings.com

Identification et collecte de modèles de référentiels



tourisme-responsable.org



forumandersreisen.de



tourismesolidaire.org



www.aito.com



vve-ecotourisme.com



Nom : En Bretagne sans ma voiture

Site internet : www.tourismebretagne.com/s-inspirer/en-bretagne-sans-ma-voiture

Entité responsable du référentiel : Comité Régional du Tourisme de Bretagne

Désignation de l'entité : organisme institutionnel

Couverture géographique : toute la Bretagne

Projet de développement de la mobilité sur les territoires à moyen-long terme : 3 à 5 ans, porté par le Comité Régional Tourisme Bretagne. Structuration et production d'offres de séjours touristiques (idées séjours ou séjours packagés) répondant à un cahier des charges rédigé.

Cible prioritaire : la clientèle parisienne arrivant en Bretagne par le train.



Objectif principal	Développer des offres de tourisme à mobilité durable et désaisonnaliser l'activité touristique
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Espace dédié au sein du site internet du CRT ▪ brochures ▪ guides ▪ campagnes publicitaires (dans les gares, trains, etc.) ▪ journaux et revues ▪ salons spécialisés.
Nombre de produits proposés	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Séjours clefs en main : 54 ▪ Idées séjours : 26 ▪ Sorties à la journée : 10
Structure	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Noyau : chaque offre se développe autour d'une destination et des moyens de transport pour y arriver. Selon le type, celle-ci inclut plus ou moins de paramètres : logement, transports motorisés, activités (touristiques, nature, culturelles...), repas, randonnée, cyclotourisme, etc. ▪ Produit tangible : la labellisation des hébergements, les critères propres à la marque, les brochures, le site internet. ▪ Valeur ajoutée : la marque en soi et toute sa conceptualisation et facilité/fluidité, le fait que les trois types de propositions soient pensées depuis l'arrivée jusqu'au départ, les indications quant aux temps de déplacements et notamment pour assurer les correspondances (intermodalité), la valorisation non seulement du patrimoine mais aussi de l'environnement.



Type d'établissements concernés par le club / association / marque	Logements, transports et activités.
Publics cibles	Prioritairement : les solos et les couples, secondairement : les familles.
Produits personnalisables par publics	Ces produits ne sont en général pas personnalisés par public, même si certaines offres sont plutôt destinées à un certain segment
Typologie de critères	Obligatoires et optionnels
Gamme de prix	Ample
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Oui
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Selon offre
Exigences quant à la qualité et durabilité	Oui
Système de compensation carbone ou autres	Non spécifié.



Nom : Vélo Loisir Provence

Site internet : <http://www.veloloisirprovence.com/fr>

Entité responsable du référentiel : Vélo Loisir Provence

Désignation de l'entité : association

Couverture géographique : région PACA (Provence-Alpes-Côte d'Azur)

Vélo Loisir Provence est une association territoriale qui coordonne le développement du vélotourisme en région PACA, plus particulièrement dans les PNR du Lubéron et du Vercors, en développement dans les PNR des Alpilles et de la Camargue, afin de favoriser une approche intégrale du vélotourisme.



Objectif principal	Développer, accompagner, promouvoir et animer le tourisme à vélo, sous toutes ses pratiques. Rassembler les prestataires touristiques riverains des itinéraires « Le Luberon à vélo », « le Verdon à vélo » et de tout autre itinéraire existant ou à venir dans la Région Provence Alpes Côte d'Azur. S'assurer de la bonne communication et promotion des prestations de ses adhérents et de la bonne commercialisation des produits touristiques par des organismes dûment habilités.
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Site internet trilingue (français, anglais, allemand) ▪ brochures et dépliants (édités à 20 000 exemplaires) ▪ topoguides ▪ réseaux sociaux ▪ salons spécialisés ▪ accueil presse ▪ contact auprès des tours opérateurs.
Nombre de produits proposés	<p>Divisés entre les deux parcs, autour de deux destinations : « Le Luberon à vélo » et « Le Verdon à vélo » et de différentes thématiques qui regroupent différentes propositions : œnogastronomie, tourisme culturel, etc. :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Séjours à la carte (25 dans le Lubéron et 1 dans le Verdon) ▪ Nos bonnes adresses ▪ Itinéraires en vélo loisir (plus d'une trentaine dans le Luberon et 2 dans le Verdon) ▪ Itinéraires en vélo sportif (4 dans le Luberon et 4 dans le Verdon) ▪ Itinéraire en VTT (6 dans le Luberon et 8 dans le Verdon).



Structure	<ul style="list-style-type: none"> • Noyau : chaque offre se développe autour d'une destination et des moyens de transport pour la parcourir. Selon le type, celle-ci inclut plus ou moins de paramètres : logement, transports motorisés, activités (touristiques, nature, culturelles...), repas, randonnée, cyclotourisme, etc. • Produit tangible : chaque proposition de destination est présentée, en plus du site internet, sous forme d'un dépliant téléchargeable, qui explique pour les Séjours à la carte : le prix de la proposition, les activités possibles, le logement, l'accès en transport en commun, etc. Pour les Itinéraires : une carte reprend les parcours balisés et non-balisés, avec un graphique pour représenter les dénivelés, différentes informations en français et anglais : les points de restauration, logements, les offices de tourisme, recommandations et conseils, etc. • Valeur ajoutée : la marque en soi et toute sa conceptualisation et facilité de compréhension, la valorisation non seulement du patrimoine mais aussi de l'environnement et d'autres activités. L'information est présentée en différentes langues.
-----------	---



Type d'établissements concernés par le club / association / marque	Hôtels/restaurants, Chambres d'Hôtes/tables d'Hôtes, Gîtes d'étape, Campings / villages vacances résidences de tourisme, locations saisonnières : meublés du tourisme, Gîtes ruraux...
Publics cibles	cyclistes et cyclotouristes
Produits personnalisables par publics	Oui, les attentes et besoins n'étant pas les mêmes entre les cyclotouristes, les cyclisportifs.ives et les personnes à VTT.
Typologie de critères	Obligatoires et optionnels
Gamme de prix	Non spécifiée
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Oui
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Oui
Exigences quant à la qualité et durabilité	Oui
Système de compensation carbone ou autres	Non spécifié



Nom : Accueil Vélo
Site internet :
<https://www.francevelotourisme.com/contenus/preparation-et-conseils/accueil-velo>
Entité responsable du référentiel : France Vélo Tourisme
Désignation de l'entité : Association d'intérêt général réunissant des acteurs professionnels privés et publics.
Couverture géographique : Toute la France.

Accueil Vélo est une marque nationale de France Vélo Tourisme, qui garantit un accueil et des services de qualité auprès des cyclistes le long des itinéraires cyclables, axant son offre autour de prestataires de services partenaires pour l'hébergement, la location, les lieux de visites et les offices de tourisme.



Objectif principal	Marque nationale Accueil Vélo mise en place sous l'égide de France Vélo Tourisme par les organismes touristiques locaux afin de réserver le meilleur accueil aux cyclistes partout en France.
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Espace dédié sur le site internet de France Vélo Tourisme, accessible depuis les moteurs de recherche ▪ Géolocalisation des établissements sur les cartes interactives ▪ Listes des établissements sur les pages étapes des itinéraires ▪ Brochures et dépliant
Nombre de produits proposés	Un label
Structure	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Noyau : l'association centralise et gère la certification. ▪ Produit tangible : panneau avec le logo apposé sur les établissements partenaires, visibilité (cf Diffusion), amélioration et certification de l'accueil et des services. Certification des services proposés. ▪ Valeur ajoutée : marque, membre d'un réseau avec le support correspondant, qualité de la certification.



Type d'établissements concernés par le club / association / marque	<ul style="list-style-type: none">- hébergements touristiques- loueurs de cycles- réparateurs de cycles- offices de tourisme et syndicats d'initiative- sites de visite et de loisirs- lieux de restauration
Publics cibles	Principalement cyclotourisme bien que non exclusivement, personnes souhaitant se déplacer à vélo, classés en famille, intermédiaires et expert.e.s.
Produits personnalisables par publics	Ce produit est adapté au type de public à qui est destiné la marque.
Typologie de critères	Les critères de base s'articulent autour de : Se trouver à moins de 5km d'un itinéraire cyclable De disposer d'équipements adaptés : abri à vélos sécurisé, kit de réparation De bénéficier d'un accueil attentionné : informations et conseils utiles (circuits, météo...) De disposer de services adaptés aux cyclistes : transfert de bagages, lavage et séchage du linge, location de vélos et accessoires, lavage des vélos...



Gamme de prix	Ample
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Proximité maximum de 5 km d'une boucle ou voie cyclable. Les différents types de partenaires doivent offrir la possibilité d'appeler un taxi.
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Logements : être capable d'informer sur des centres de réparation proches, assurer le transport des bagages, lavage des vêtements, service de location de vélos, location de matériels pour vélos et personnes (casques, antivol, etc.). D'autres conditions sont optionnelles comme, par exemple, informer sur les possibilités de sortie/itinéraires dans la zone couverte, accès à internet, service de réparation. Équipements : disposer d'abris vélos, de kit de réparation rapide, entre autres.
Exigences quant à la qualité et durabilité	Une entreprise ne peut accoler le logo d'Accueil Vélo sans une visite de certification. Aucune information n'est spécifiée quant à la durabilité.
Système de compensation carbone ou autres	Non spécifié



Nom : Rando Accueil
Site internet : <http://www.rando-accueil.com/>
Entité responsable du référentiel : Rando Accueil
Désignation de l'entité : Label national, géré par l'association, qui identifie des établissements touristiques offrant une prestation d'hébergement.
Couverture géographique : 8 régions du territoire métropolitain français, entre lesquelles, la région Occitanie.

Label national promu par une association public-privé d'établissements d'accueil et de collectivités territoriales, qui identifie des établissements touristiques offrant une prestation d'hébergement, spécialisés dans la randonnée (à pied, à vélo, en VTT, à cheval, à ski, en raquettes...) mais aussi dans les activités de découverte et les sports de pleine nature.



Objectif principal	Certifier une qualité de service, quant aux logements et aux activités et séjours pour la randonnée à pied, randonnée équestre, vélo, VTT, activités neige.
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Site internet ▪ Facebook ▪ lettre d'information.
Nombre de produits proposés	<p>Les produits sont présentés sous 5 sections : Pédestre, Vélo, VTT, Équestre et Neige ; les offres sont classifiées comme : Idée de programme, Séjour organisé, Idée d'activité.</p> <p>Pédestre : 25 Idées de programme, 9 Séjours organisés et 3 Idées d'activité.</p> <p>Vélo : 31 Idées de programme, 6 Séjours organisés et 0 Idée d'activité.</p> <p>VTT : 17 Idées de programme, 1 Séjour organisé et 6 Idées d'activité.</p> <p>Équestre : 11 Idées de programme, 4 Séjours organisés et 9 Idées d'activité.</p> <p>Neige : 9 Idées de programme, 4 Séjours organisés et 1 Idée d'activité.</p> <p>Sont par ailleurs référencées les destinations et les prestataires de services locaux associés (location de vélos, hébergements, lieux de visite, offices de tourisme, etc.).</p>
Structure	<p>Noyau : chaque offre est développée autour d'une fiche sur laquelle figure différentes sections :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suggestion de programme - Infos pratiques (nombres de participants, prix, période, encadrement, etc.) - Renseignements complémentaires (transport, transfert, portage des bagages, équipement à prévoir, etc.) - ainsi que l'hébergement. <p>Produit tangible : la fiche descriptive.</p> <p>Valeur ajoutée : l'information organisée, la structuration des offres.</p>



Type d'établissements concernés par le club / association / marque	<ul style="list-style-type: none">gîtes d'étape et de séjour, gîtes de groupes, chambres et maisons d'hôtes, Hôtels et hôtellerie de plein air, villages vacances et villages de gîtes.activités de découvertesports de pleine nature.
Publics cibles	Personnes faisant de la randonnée (à pied, à vélo, en VTT, à cheval, à ski, en raquette...).
Produits personnalisables par publics	Oui.
Typologie de critères	Oui, certains sont obligatoires d'autres complémentaires, variant selon le type de prestataire. Par exemple, pour les logements, les critères quant à la literie, la cuisine, les repas.
Gamme de prix	Ample
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Pour le transport de bagages et les taxis. Information sur les sentiers de randonnée à partir des hébergements.



Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Oui, pour les vélos, les chevaux, des vestiaires, laverie. Accessibilité des randonnées pour les PMR (personnes à mobilité réduite). Informations touristiques.
Exigences quant à la qualité et durabilité	L'établissement doit s'engager dans la découverte du patrimoine local et culturel, soit directement soit donner les coordonnées de guides. De plus des informations sur les services de proximité (boulangerie, services de santé, etc) doivent être transmises.
Système de compensation carbone ou autres	Non spécifié



Nom : Altamonta - Les Pyrénées mythiques à vélo
Site internet : <http://www.pyrenees-cyclo.com/fr/index.aspx#>
Entité responsable du référentiel : Altamonta
Désignation de l'entité : Réseau d'hébergeurs, de prestataires de services, d'offices de tourisme et de collectivités locales.
Couverture géographique : Vallée des Gaves

Démarche de valorisation de tout le territoire de la Vallée des Gaves, avec une concentration de cols réputés, à peine séparés de quelques dizaines de kilomètres (Tourmalet, Luz Ardiden, Hautacam, Soulor-Aubisque)

L'objectif est permettre aux clientèles cyclos de profiter des itinéraires moins connus mais tout aussi intéressants, et de se démarquer en tant que destination de séjour à vélo et non simplement d'étape sur la traversée des Pyrénées.
 L'intérêt est aussi de diluer les flux de cyclistes.



Objectif principal	Créer et promouvoir les meilleures conditions pour les cycloportifs.ves et les vététistes dans les vallées des Gaves.
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Site internet ▪ Brochures ▪ médias ▪ Vente croisée ▪ labels ou réseaux de qualité
Nombre de produits proposés	Une marque
Structure	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Noyau : ensemble de mesures prises pour la labellisation des différents prestataires afin d'assurer un service de qualité (création de la marque, stratégie de développement et accompagnement). Visibilité de la destination. ▪ Produit tangible : mise en place d'une signalétique dédiée (panneaux signalétiques, panneaux pour prise de photos, installation d'un système de chronométrage lié à une puce, routes dédiées), passeport vélo, offre de restauration pensée pour les publics cibles, services (endroit sécurisé pour garder les vélos la nuit, poste de nettoyage, réparation, etc.). ▪ Valeur ajoutée : la marque et les mesures prises, l'implication non seulement des partenaires mais aussi des institutions.



Type d'établissements concernés par le club / association / marque	<ul style="list-style-type: none"> - hôtels - campings - chambres et tables d'hôtes - restauration de cols ou sur les grands itinéraires - vélocistes et loueurs de vélos - offices de tourisme.
Publics cibles	Cyclotouristes (-) / cycloroutard.e.s / cycloportifs.ves (+)
Produits personnalisables par publics	Oui, par types de public.
Typologie de critères	Obligatoires et optionnels



Gamme de prix	Non spécifiée
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	transport gare / aéroport, transfert bagage.
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	oui : laverie, réparation vélos, espace informations, point nettoyage, internet, panier repas, voiture suiveuse, massage, etc.
Exigences quant à la qualité et durabilité	oui, gastronomie locale, tourisme local, information touristique.
Système de compensation carbone ou autres	Non spécifié



<p>Nom : Welcome Walkers / Welcome Cyclists</p> <p>Site internet : https://www.visitscotland.com/accommodation/quality-assurance/</p> <p>Entité responsable du référentiel : VisitScotland, VisitEngland, VisitIreland, Visit Wales</p> <p>Désignation de l'entité : Organismes de promotion touristique nationaux</p> <p>Couverture géographique : Écosse, Pays de Galles, Angleterre et Irlande.</p>
<p>Labels promus par les organismes de promotion touristique VisitScotland, VisitEngland, VisitIreland. Les établissements labélisés doivent répondre à certains critères dont notamment celui de disposer d'informations spécifiques sur le territoire, les transports publics et la prévision météorologique, les repas ou certains services propres aux types de publics.</p>



Objectif principal	Favoriser les tourisms autour de différentes mobilités : randonnée, cyclisme, pêche, etc., en assurant une qualité minimale.
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Page des offices de tourisme nationales ▪ Brochures ▪ etc.
Nombre de produits proposés	Non spécifié
Structure	<p>Noyau : dépendant de chaque agence de tourisme nationale.</p> <p>Produit tangible : être certain.e de trouver un équipement minime et de qualité : abris-vélos, point d'eau, laverie à l'extérieure et espace de séchage, etc.</p> <p>Valeur ajoutée : la marque, la reconnaissance, le réseau.</p>



Type d'établissements concernés par le club / association / marque	Établissements d'hébergements (différenciés selon Serviced/Self Catering and Hostel Accommodation, Caravan and Camping Accommodation) et sites touristiques (Visitor attractions) accueillant des randonneurs.euses et des cyclistes et cyclotouristes.
Publics cibles	randonnée, cyclisme et cyclotourisme.
Produits personnalisables par publics	Oui
Typologie de critères	Oui, pour les obligatoires. De plus, l'inventivité n'est pas interdite afin de trouver des solutions originales.



Gamme de prix	Non spécifiée
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Vélo, randonnée.
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Oui, stationnement de vélos, sécurisation et couverture des vélos, informations touristiques, point d'eau potable, laverie, etc.
Exigences quant à la qualité et durabilité	Voies cyclables sûres, information touristique, intermobilité.
Système de compensation carbone ou autres	Non spécifié



<p>Nom : Gîtes Panda Site internet : https://ecotourisme.gites-de-france.com/ Entité responsable du référentiel : Fédération Nationale des Gîtes de France Désignation de l'entité : La Fédération Nationale des Gîtes de France est une association qui regroupe des associations départementales pour la promotion et la commercialisation d'hébergements touristiques et décerne des labels non officiels aux logements de tourisme répondant à un cahier des charges. Couverture géographique : France métropolitaine et outre-mer</p>
<p>Les Gîtes Panda sont des hébergements Gîtes de France, auxquels le WWF accorde son label lorsqu'ils répondent à trois conditions quant à la biodiversité et la protection de la nature, éco habitat et écocitoyenneté.</p>



Objectif principal	<p>Chambres d'hôtes et locations de vacances pour des vacances en pleine nature, répartis dans des communes des Parcs naturels régionaux, des Parcs nationaux, des zones Natura 2000, des sites, des réserves naturelles, des Grands sites de France, des périmètres distingués par l'UNESCO ou quelques sites de qualité exceptionnelle.</p> <p>La différence entre les écogites et les Gîtes Panda réside, dans le cas des seconds, dans une démarche plus aboutie (les critères sont plus exigeants), notamment quant à l'environnement et la faune et la flore, non seulement dans sa protection et conservation, mais aussi depuis une approche de mise en valeur et diffusion.</p>
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ site dédié ▪ salons du tourisme ▪ site national de la Fédération Nationale des Gîtes de France www.gites-de-france.fr ▪ émissions radio et TV ▪ brochures ▪ réseaux sociaux ▪ application pour smartphone
Nombre de produits proposés	deux labels, il n'y a pas de propositions d'activités, seulement logements.



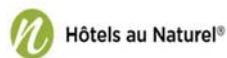
Structure	<p>Noyau : chaque annonce détaille les commodités de chaque logement, les prix et la disponibilité, les services inclus, les équipements, les loisirs, etc.</p> <p>Produit tangible : le logo, des conseillers régionaux pour le conseil et la supervision.</p> <p>Valeur ajoutée : la marque Gites de France + celle du WWF connue autour de la figure du panda, le plus qualité, le 4^{ème} réseau d'hébergements en France cité. La structure départementale Gites de France dont dépend l'adhérent ou le futur adhérent, va apporter son soutien dans l'élaboration du projet.</p>
Type d'établissements concernés par le club / association / marque	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gites ▪ chambres d'hôtes ▪ gîtes de groupe ▪ gîtes d'enfants ▪ campings...
Publics cibles	touristes de randonnée, sport, œnologie, gastronomie, insolite, environnement et écologie.
Produits personnalisables par publics	En soi oui et non, chaque logement a ses particularités qui conviendront à un public ou un autre.



Typologie de critères	<p>obligatoires : outre pour la rénovation des bâtis, la gestion quotidienne, la protection environnementale, notamment pour l'observation de la faune et de la flore avec un espace dédié qui comporte : guides d'identification de la faune et de la flore locales, paires de jumelles, documentation et des cartes présentant le Parc naturel régional ou national, l'espace Natura 2000, etc., cartes IGN du site et de la région, brochures d'information sur la nature locale et ses possibilités de découvertes, conseils de gestes écologiques du WWF ou un livret d'interprétation de l'environnement d'un sentier proche de l'hébergement.</p> <p>De plus, les propriétaires doivent se compromettre à préserver les richesses naturelles de sa propriété ou alentours, engagement avec la WWF moyennant convention et gestion écologique du site.</p>
Gamme de prix	Ample
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	disposer d'un chemin sur la propriété ou bien situé à proximité chemins / routes de promenade et d'observation de la nature.
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Non spécifié



Exigences quant à la qualité et durabilité	Oui, bois locaux pour les bâtis, sous-produits agricoles, matériaux locaux, végétalisation avec des espèces végétales endémiques. Promotions des produits locaux, notamment gastronomiques.
Système de compensation carbone ou autres	Non, mais les critères font que l'empreinte des bâtis, de l'équipement, la gestion et la végétalisation aient un impact limité ou positif sur l'environnement.

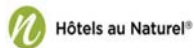


Nom : Hôtels au Naturel
Site internet : <https://www.hotels-au-naturel.com>
Entité responsable du référentiel : Association Hôtels au Naturel
Désignation de l'entité : Association
Couverture géographique : Répartis en France métropolitaine

21 établissements répartis dans 8 parcs naturels régionaux qui travaillent pour réduire l'impact de leurs activités sur l'environnement.

Objectif principal	18 hébergements à taille humaine intégrés à leur environnement et à l'écart du tourisme de masse, répartis sur 8 Parcs naturels régionaux et 2 établissements situés en bordure du Parc naturel régional des Ballons des Vosges et du Parc naturel régional des Causses du Quercy.
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Site internet ▪ Brochures ▪ Réception ▪ réseaux sociaux
Nombre de produits proposés	un label / 20 établissements.
Structure	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Noyau : la structure aide l'établissement souhaitant intégrer l'association dans son adaptation. Assemblée annuelle. Formations. ▪ Produit tangible : logo. ▪ Valeur ajoutée : qualité, service. Leur proximité à des parcs naturels et régionaux. Bien que le label ne propose pas d'activités, chaque fiche d'établissement recense quoi faire dans les environs.

Type d'établissements concernés par le club / association / marque	hôtels classés 2** (ou équivalent) au minimum.
Publics cibles	Tout type de public
Produits personnalisables par publics	En soi oui et non, chaque logement a ses particularités qui conviendront à un public ou un autre.
Typologie de critères	Obligatoires, dont accès personnes à mobilité réduite, entre autres.
Gamme de prix	Ample
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Randonnées à pied, à vélo ou à cheval, horaires des bus, chemins de randonnée.
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Non explicitées



Exigences quant à la qualité et durabilité	Matériaux naturels, chauffage solaire ou au bois, potager et cuisine biologiques, compost et tri des déchets, isolation naturelle. Partenariats locaux et informations sur ceux-ci (artisans, commerçants, agriculteurs, prestataires de tourisme...).
	Si situé sur le territoire d'un Parc naturel régional, l'établissement doit impérativement s'engager dans la procédure d'octroi de la marque « Valeurs Parc » et doit remplir toutes les conditions requises pour ce marquage. Idem, si sur le territoire d'un Parc national, marque « Esprit Parc National ».
Système de compensation carbone ou autres	Non, indirectement



Nom : La Clef Verte
Site internet : <http://www.laclefverte.org/>
Entité responsable du référentiel : Teragir (en France)
Désignation de l'entité : Teragir est une association à but non lucratif et reconnue d'intérêt général.
La Clef Verte fait partie du réseau international Green Key coordonné par la Foundation for Environmental Education, dénommée FEE.
Couverture géographique : France et international.

Le premier écolabel pour l'hébergement touristique en France, par le nombre de labellisés et par son antériorité. 603 établissements labellisés en France, 18 millions de nuitées.

Mais c'est aussi un label international : 57 pays participants pour permettre le développement d'un tourisme durable, écologiquement vertueux et socialement responsable.



Objectif principal	La Clef Verte a pour but d'accompagner et de valoriser les hébergements touristiques et les restaurants dans la mise en œuvre d'une gestion <u>environnementale performante, continue et dynamique.</u>
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Site internet ▪ Brochures ▪ réseaux sociaux
Nombre de produits proposés	603 établissements labellisés Clef Verte en France, 2900 hébergements touristiques ou restaurants Green Key dans 57 pays.
Structure	<p>Noyau : géré par Teragir, labellisation et conseil.</p> <p>Produit tangible : diffusion, label. Le site internet qui recense tous les types d'hébergements classés par types (camping, auberge de jeunesse, etc.). L'information donnée sur chaque fiche est vraiment très succincte : nom de l'établissement, adresse, carte, lien vers le site internet de l'hébergement et onglet de contact.</p> <p>Valeur ajoutée : le réseau, la qualité, le suivi, les partenaires impliqués dans le jury (Ministère de la transition énergétique et solidarité, CCI France, Acteurs du tourisme durable (ATD), Fédération unie des Auberges de Jeunesse (FUAJ), etc.)</p>



Type d'établissements concernés par le club / association / marque	<ul style="list-style-type: none"> ▪ hôtels, campings ▪ gîtes et meublés ▪ chambres d'hôtes ▪ résidences de tourisme ▪ auberges de jeunesse ▪ villages et centres de vacances ▪ restaurants. <p>Selon le type d'établissements, les critères peuvent varier.</p>
Publics cibles	amples, visant ce type de logements
Produits personnalisables par publics	En soi oui et non, chaque logement a ses particularités qui conviendront à un public ou un autre.
Typologie de critères	oui, divisés entre impératifs, essentiels, opérationnels et indicatifs, variant selon chaque type d'établissement.
Gamme de prix	Non spécifiée
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	oui, certains impératifs (covoiturage), essentiels (Pavillon bleu et activités liées dont écomobilité de loisir, bornes de recharge voitures électriques, information sur location de vélo) et optionnels (écomobilité d'acheminement, transports publics, location de vélo).



Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	oui, transports en commun, vélo, entre autres.
Exigences quant à la qualité et durabilité	Oui, implication des sous-traitants et collaborateurs dans les démarches, éducation à l'environnement et au développement durable. Présence des logos (Ecocert, Nature & Progrès, Ecolabel Européen et Nordic Swan) et politique quant aux produits non AB (agriculture biologique). Emploi social.
Système de compensation carbone ou autres	Non, mais indirectement par les critères notamment quant au recyclage, le bâti, l'eau, l'électricité, l'isolation, alimentation AB, traitements phytosanitaires, etc.



Nom : Wanderhotels
Site internet : <https://www.wanderhotels.com/de/>
Entité responsable du référentiel : Wanderhotels
Désignation de l'entité : Association
Couverture géographique : Autriche, Italie (Südtirol et Trentino) et Allemagne (Schwarzwald)

Association de 73 hébergements de toutes catégories spécialisés dans la randonnée, en Autriche, Italie (Südtirol et Trentino) et Allemagne (Schwarzwald).
Leur devise : Rechargez vos batteries, profitez de la nature, retrouvez la paix.
Des critères de qualité et de services sont garantis par les hébergeurs.



Objectif principal	Offrir des vacances de qualité dans des hébergements familiaux
Diffusion	<ul style="list-style-type: none">▪ Web▪ Blog▪ E-magazin▪ Réseaux sociaux
Nombre de produits proposés	Offres été et hiver 3 offres package aventure 5 circuits ski 3 package voyageurs solo 73 hébergements
Structure	Association e.V.



Type d'établissements concernés par le club / association / marque	Hébergements
Publics cibles	Tous publics. Catégories spéciales « rando familles », « rando avec chien » et d'autres.
Produits personnalisables par publics	Oui
Typologie de critères	Obligatoires et optionnels
Gamme de prix	
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Oui, taxi et bus.
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Oui
Exigences quant à la qualité et durabilité	Oui, engagement de protection de la nature.
Système de compensation carbone ou autres	Non



Nom : bett und bike
Site internet : <https://www.bettundbike.de/>
Entité responsable du référentiel : Association allemande de cyclisme ADFC
Désignation de l'entité : label
Couverture géographique : Allemagne et Europe

Marque promue par l'Association allemande de cyclisme ADFC. 5.800 établissements inscrits (hôtels, pensions, auberges, campings et gîtes ruraux), tous adaptés aux nécessités particulières des touristes à vélo.



Objectif principal	La certification de plus de 5800 hébergements en Allemagne où voyager en vélo. Egalement dans quelques pays européens avec des labels associés : Luxembourg, Italie, Pays-Bas, Norvège, Autriche, Suisse, Tchéquie, Slovénie et Montenegro
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Site internet ▪ Application ▪ Revues ▪ Brochures
Nombre de produits proposés	Pas de produits proposés
Structure	Information non disponible. Intégrée dans l'association allemande de cyclisme ADFC

Type d'établissements concernés par le club / association / marque	Hébergement, sport, camping, appartements/villas, e-bike, city
Publics cibles	Cyclistes et cyclotouristes
Produits personnalisables par publics	Oui
Typologie de critères	De base
Gamme de prix	Pas d'information
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Oui, disposer de plan de routes cyclables de la région et aussi des horaires des transports en commun.
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Oui, séjours à la nuitée, garage fermé pour les vélos, laverie, espace informations, petit déjeuner complet.
Exigences quant à la qualité et durabilité	Non
Système de compensation carbone ou autres	Non

Noms : Benvinguts senderistes i cicloturistes
Sites internet : <http://act.gencat.cat/marques-i-segells/adhesio-marques-i-segells> / <http://benvinguts.cat/>
Entités responsables du référentiel : Agència Catalana de Turisme / Ara Lleida
Désignation des entités : Agence dépendante du Gouvernement de la Catalogne, en charge du tourisme / Office du tourisme de la Diputació de Lleida.
Couverture géographique : Comarques de Lleida et actuellement toute la Catalogne car intégré dans le référentiel *Senderisme* de l'Agència Catalana de Turisme.

Label de qualité promu par Ara Lleida. Les entreprises suivent des cours afin d'adapter leurs offres et services aux randonneurs.euses et cyclotouristes. Actuellement intégré dans le référentiel *Senderisme* et *Cicloturisme* de l'Agència Catalana de Turisme.

Objectif principal	Certifier les entreprises et entités qui réalisent leurs activités auprès des randonneurs.euses et des cyclotouristes / Test expérimental de labellisation et promotion des hébergements pour randonneurs.euses et cyclotouristes, dans la province de Lleida, ainsi que proposition de sentiers, d'un support personnalisé et promotion de la gastronomie locale.
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Site internet ▪ Blogs ▪ Réseaux sociaux ▪ Salons
Nombre de produits proposés	Deux labels regroupant 44 hébergements ou prestataires de services pour le label de randonnée et 80 pour le cyclotourisme / 8 propositions sur le site www.benvinguts.cat mais non actualisées.
Structure	<p>benvinguts senderistes i cicloturistes étant actuellement intégré dans les référentiels de l'Agència Catalana de Turisme, nous analyserons les deux labels de cette dernière.</p> <p>Noyau : différents types d'entités ; hébergements, prestataires de services, agences de voyages et entités publiques de promotion touristique. Ensemble de critères s'appliquant à ces différents types, certains spécifiquement d'autres à toutes.</p> <p>Produit tangible : signalisation des sentiers suivant le modèle du ministère catalan du Territoire et Durabilité : SENDIF, dispositions pratiques pour les touristes.</p> <p>Valeur ajoutée : les labels, le service, la visibilité, le support et le conseil de l'Agència Catalana de Turisme.</p>

Type d'établissements concernés par le club / association / marque	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hôtels ▪ Gîtes ruraux ▪ Appartements touristiques ▪ Campings ▪ Auberges
Publics cibles	randonneurs.euses et cyclotouristes
Produits personnalisables par publics	Oui
Typologie de critères	<p>Les critères sont classés comme généraux, recommandables et spécifiques.</p> <p>Les généraux : vont des plus basiques (Site internet avec minimum trois langues, personnel parlant trois langues, matériel téléchargeable en deux langues, etc.) à plus précis (signalisation des sentiers suivant le modèle SENDIF, entre autres).</p> <p>Pour les hébergements ruraux, ceux-ci doivent disposer de la classification par épis de la direction générale du Tourisme catalane, en plus de pouvoir informer la clientèle tant sur les sentiers de randonnées et les voies cyclables, disposer de brochures et autres matériels d'information et notamment de cartes, disposer d'un lieu sécurisé pour ranger les vélos, accepter les règlements par carte bancaire, offrir la possibilité de paniers repas, etc.</p>

Typologie de critères (suite)	<p>D'autres sont recommandables (4 au minimum doivent être mis en place): laverie, point de nettoyage des chaussures et des vélos, vente et/ou location de produits spécialisés, information sur des services de massage, sauna et gymnase, veiller au respect et la protection de l'environnement, établissements et clientèle, permettre des réservations pour une seule nuit.</p> <p>De plus, certains critères sont spécifiques pour les logements « Cicloturisme plus » : menus spécifiques, flexibilité d'horaires de restauration, points d'ancrage et de réparation des vélos, gymnase, sauna/spa, salles de réunions/conférences, produits énergétiques et service de massage et kinésithérapie.</p> <p>Pour les autres entités : disposer de catalogues spécifiques, guides spécialisé.e.s, disposer d'informations touristiques et sur les hébergements ainsi que de catalogues spécialisés, site internet, entre autres.</p>
Gamme de prix	Non spécifiée

Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Oui, information sur les sentiers de randonnée et voies cyclables
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Oui, horaires des transports en commun, transport des bagages, trousse de secours, prévision météorologique, informations pratiques aux alentours, connexion wi-fi, point d'ancrage des vélos.
Exigences quant à la qualité et durabilité	Oui, information touristique, promotion des produits locaux, protection de l'environnement tant de la part de la structure comme des publics (mais non-obligatoires).
Système de compensation carbone ou autres	Non spécifié



Nom : Cheval Étape
Site internet : <https://www.ffe.com/club/Labels/Cheval-Etape>
Entité responsable du référentiel : Fédération Française de l'Équitation.
Désignation de l'entité : Fédération nationale.
Couverture géographique : France métropolitaine.

Label promu par la Fédération Française d'Équitation, et qui labellise des établissements permettant de recevoir des équidés proches d'hôtels, campings, B&B, restaurants... Dans un rayon inférieur à 3 km.



Objectif principal	Le label Cheval Étape identifie les établissements qui proposent l'accueil des équidés pour une étape d'une nuit ou plus, quel que soit le motif du déplacement (compétition, tourisme, manifestation équestre...).
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Site internet FFE ▪ Brochures ▪ Dépliants ▪ journaux et revues spécialisées ▪ réseaux sociaux ▪ salons spécialisés
Nombre de produits proposés	Un label général et deux spécifiques qui informent si logement pour chevaux extérieur ou intérieur.
Structure	<p>Noyau : géré par la FFE.</p> <p>Produit tangible : le label et son logo en soi, l'adaptation des services et des bâtis et donc par conséquent la certification.</p> <p>Valeur ajoutée : label crée par la Fédération donc gage de qualité</p>



Type d'établissements concernés par le club / association / marque	établissements situés toujours à proximité d'une structure d'hébergement (gîte, camping, hôtel, chambre d'hôtes...) et d'une solution de restauration, dans un périmètre de 3km autour du lieu d'accueil des chevaux.
Publics cibles	Touristes et sportifs.ives équestres.
Produits personnalisables par publics	Oui
Typologie de critères	Oui, obligatoires : être adhérents à la FFE, structure d'hébergement des cavaliers devra se situer à moins de 500 mètres du site d'accueil des chevaux, 3 kilomètres si le prestataire propose un service de transport entre les deux lieux, restauration sur place ou à moins de 500 mètres du site d'accueil, 3 kilomètres si le prestataire propose un service de transport entre les deux lieux. Plus d'autres concernant le public, les équidés, les mobiliers et le bâti.



Gamme de prix	Non spécifiée
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Aucun inclus
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	oui, accueil personnes à mobilité réduite (PMR), aire de charge et décharge des chevaux.
Exigences quant à la qualité et durabilité	Oui, support de la mairie dans le processus de certification, traitement des fumiers, mise en valeur écologique, information touristique.
Système de compensation carbone ou autres	Non



Nom : Sites et Paysages campings
Site internet : <https://www.sites-et-paysages.com>
Entité responsable du référentiel : Non spécifiée
Désignation de l'entité : Non spécifiée
Couverture géographique : France métropolitaine.

54 campings « à taille humaine » nature et famille, situés autour d'espaces naturels protégés.



Objectif principal	marque regroupant 56 campings 3 – 5 étoiles, de taille familiale, situés près de sites naturels.
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Site internet ▪ Brochures ▪ réseaux sociaux.
Nombre de produits proposés	56 campings nature et familiaux 3, 4 ou 5 étoiles, situés en France.
Structure	<p>Manque d'information</p> <p>Valeur ajoutée : congrès annuel, qui a lieu dans le camping de l'un.e des membres</p>



Type d'établissements concernés par le club / association / marque	campings nature et familial 3, 4 ou 5 étoiles
Publics cibles	Usagers de ce type de campings
Produits personnalisables par publics	Oui
Typologie de critères	Non spécifiée en détail, campings à taille humaine
Gamme de prix	Non spécifiée
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Non spécifiés
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	manque d'information
Exigences quant à la qualité et durabilité	Le site internet met en avant les labels qu'ont certains campings : 19 La Clef Verte, 2 Écolabel européen et 54 Qualité Tourisme. La marque est aussi partenaire de la LPO.
Système de compensation carbone ou autres	manque d'information




<p>Nom : Flower Campings Site internet : https://www.flowercampings.com/ Entité responsable du référentiel : Flower Campings Désignation de l'entité : une franchise autour d'une marque filiale du Groupe SAUR, spécialisée dans la prestation de services aux collectivités locales. Couverture géographique : France</p>
<p>Plus de 120 campings en France, pour des vacances dans la nature, de moins de 250 places. Engagement au niveau de l'accueil, du nettoyage, esprit de l'établissement, environnement, tranquillité, information touristique...</p>



Objectif principal	<p>Franchise de 131 campings indépendants en France, tous les Flower Campings proposent un lieu de baignade : camping avec piscine, pataugeoire, lac, rivière ou plage, sur place ou jamais bien loin.</p> <p>Franchise avec des consultants régionaux pour le conseil et le suivi, partenaires agréés avec catalogue.</p> <p>Animations dans les campings par la mascotte et concept d'animations enfants harmonisés dans le réseau, signalétique mise en place.</p> <p>Vente multicanaux, la marque, le conseil, centralisation de la communication, 3 réunions régionales par an et une convention annuelle.</p>
Diffusion	<ul style="list-style-type: none">▪ Site internet▪ réseaux sociaux▪ campagnes publicitaires (TV, radio et presse)▪ insertion dans les catalogues HPA (hôtellerie de plein air), tourisme▪ salons en FR et Europe▪ catalogue
Nombre de produits proposés	Pas de produits proposés.



Structure	<p>Noyau : 131 campings indépendants.</p> <p>Produit tangible : animations dans les campings par la mascotte et concept d'animations enfants harmonisés dans le réseau, signalétique mise en place, disposent d'un point d'eau.</p> <p>Valeur ajoutée : le réseau en soi, les animations pensées pour les enfants, les adolescents et le reste de la famille, les points d'eau.</p>
-----------	---



Type d'établissements concernés par le club / association / marque	Campings à taille humaine disposant d'un point d'eau pour les loisirs ou situés tout près.
Publics cibles	Publics familiaux, familles avec bébés voulant passer des vacances en campings équipés.
Produits personnalisables par publics	Oui
Typologie de critères	Non spécifiée
Gamme de prix	Ample
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Le site ne donne pas d'information quant à ce point.
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Le site ne donne pas d'information quant à ce point.
Exigences quant à la qualité et durabilité	Le site ne donne pas d'information quant à ce point.
Système de compensation carbone ou autres	Le site ne donne pas d'information quant à ce point.



Nom : ATR agir pour un tourisme responsable
Site internet : <https://www.tourisme-responsable.org/>
Entité responsable du référentiel : ATR
Désignation de l'entité : Association
Couverture géographique : Monde

ATR rassemble les professionnels du voyage engagés dans un tourisme à visage humain.
Un label qui a été rénové en 2015, basé sur 16 engagements groupés en 3 axes : transparence, partenariat et cohérence.

Objectif principal	<p>- système d'évaluation externe de l'engagement des opérateurs de voyage souhaitant non seulement agir pour un tourisme responsable mais aussi faire la démonstration de leur engagement. Les opérateurs de voyage engagés sont donc invités à apporter la preuve des actions effectivement mises en place pour un tourisme responsable puis à faire contrôler ces preuves par un organisme de garantie compétent et indépendant.</p> <p>- qualité des entreprises associées : certification internationale. Engagement auprès de partenaires et information mutuelle. Formation et implication des employé.e.s et bien être (grille des salaires transparentes, crèche d'entreprise, plans de retraite). Participer au développement local et à l'éducation des populations visitées. Politique environnementale forte (gestion papier, de l'eau, des déchets, réduction pollution et maintien des écosystèmes, plan de déplacement des employé.e.s), impact des technologies numériques. Respect des Droits de l'Homme.</p>
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Brochures ▪ guides de voyages ▪ site internet ▪ réseaux sociaux
Nombre de produits proposés	Un label

Structure	<p>Noyau : critères du cahier des charges stricts, avec temporalisation de la mise en place et évaluation constante.</p> <p>Valeur ajoutée : la certification assez contraignante, le respect de l'environnement et des milieux humains, sociaux et culturels.</p>
Type d'établissements concernés par le club / association / marque	Tour opérateurs et réceptifs.
Publics cibles	Publics voyageant avec des TO et sensibilisés au tourisme durable.
Produits personnalisables par publics	Non spécifiés
Typologie de critères	Obligatoires et optionnels
Gamme de prix	Non spécifiée
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Indirectement, car offres TO et réceptifs, mais oui (co-voiturage, train, transport par route au lieu d'avion, vols directs au lieu d'escales).
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Non

Exigences quant à la qualité et durabilité	Engagement auprès de partenaires et information mutuelle. Formation et implication des employé.e.s et bien être (grille des salaires transparentes, crèche d'entreprise, plans de retraite). Participer au développement local et à l'éducation des populations visitées. Politique environnementale forte (gestion papier, de l'eau, des déchets, réduction pollution et maintien des écosystèmes, plan de déplacement des employé.e.s), impact des technologies numériques. Respect des Droits de l'Homme.
Système de compensation carbone ou autres	Forte politique de gestion environnementale axée sur différents facteurs. Bilan carbone de l'entreprise et compensation.



Nom : ATES

Site internet : <http://www.tourismesolidaire.org/>

Entité responsable du référentiel : ATES (Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire)

Désignation de l'entité : réseau d'acteurs et de spécialistes du tourisme équitable et solidaire, qui regroupe des voyageurs, des opérateurs relais et des membres associés.

Couverture géographique : agences françaises et acteurs internationaux.

Réseau d'acteurs et de spécialistes du tourisme équitable et solidaire, créée en 2006, qui regroupe des voyageurs, des opérateurs relais et des membres associés, tous engagés pour faire du voyage un levier de développement et de solidarité internationale.



Objectif principal	Mettre en place et certifier un tourisme équitable, durable et solidaire, moyennant un travail d'évaluation systématique des pratiques des opérateurs et de leurs partenaires. L'association édicte la charte et veille à son respect, et inclut des clause d'obligation de diffusion de la charte afin d'informer sur ce qu'est le tourisme équitable.
Diffusion	<ul style="list-style-type: none">▪ Site internet▪ Conférence▪ Salons▪ Interviews▪ Affiches
Nombre de produits proposés	un label et des destinations
Structure	Noyau : chaque offre de destination est composée d'une fiche qui présente les activités, les mois de séjour possibles, le montant par personne, la durée, les visites comprises, le logement, etc. Produit tangible : la fiche, la certification, le site internet qui permet de rechercher par continent, puis sélectionner différents critères : prix, type de séjour, voyageur. Chaque fiche peut être téléchargée. Valeur ajoutée : la certification, la confiance.



Type d'établissements concernés par le club / association / marque	voyagistes, opérateurs et prestataires locaux
Publics cibles	Publics voyageant avec des TO et des réceptifs avec une sensibilité pour le tourisme durable.
Produits personnalisables par publics	Non spécifiés
Typologie de critères	Les critères ne sont pas classifiés comme obligatoires et optionnels. Chaque entreprise doit valider un certain nombre de critères : le nombre de critères devant être appliqués varie selon chaque groupement de critères hormis 6 obligatoires : <ul style="list-style-type: none">• rémunération juste et concertée pour chaque personne impliquée dans l'accueil des voyageurs• groupes limités à 12 personnes afin de favoriser la rencontre avec les populations locales• hébergements proches ou chez l'habitant• temps de rencontre et d'échange entre voyageurs, population et acteurs de la vie locale• relations durables nouées avec les partenaires locaux• financement de projets locaux répondant à l'intérêt collectif.
Gamme de prix	Spécifiée par offre



Critères d'écomobilité inclus dans le produit	non spécifiés
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	non spécifiées
Exigences quant à la qualité et durabilité	oui, quant aux travailleurs.euses (conditions de travail, revenus, pérennisation, etc.), politique environnementale (tri, réduction eau et énergie, actions de communication sur le tourisme durable. Séjours longs favorisant des retours importants pour les communautés locales. Dégager des fonds pour un fonds de développement. Recours à un maximum de produits locaux et partenariats.
Système de compensation carbone ou autres	Oui, l'opérateur compense son activité de voyageur en France à travers un organisme de compensation solidaire et doit expliquer à ses clients comment ils et elles peuvent compenser leur séjour.



VVE
écotourisme


Nom : VVE écotourisme
Site internet : <https://www.vve-ecotourisme.com/>
Entité responsable du référentiel : VVE écotourisme
Désignation de l'entité : Association
Couverture géographique : Monde

Association qui regroupe divers opérateurs de voyages sensibilisés au tourisme responsable, qui regroupe 21 voyageurs, des agences réceptives, des associations et plus de 5 300 voyageurs consomm'acteurs, entourés de spécialistes de diverses disciplines (chercheurs, écrivains, journalistes spécialisés, responsables associatifs, etc.). L'association œuvre pour l'information sur des thèmes peu abordés, mais importants (les pollutions liées au voyage, les politiques de prix, les impacts sur les territoires d'accueil, etc.).

Objectif principal	VVE Ecotourisme regroupe divers opérateurs de voyages (voyageurs.euses, voyagistes, hébergements, guides et réceptifs.ives), sensibilisés au tourisme responsable, tous adhérents de l'Association des Voyageurs et Voyagistes éco-responsables.
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Site internet ▪ Réseaux sociaux ▪ Salons ▪ Universités
Nombre de produits proposés	deux chartes : l'une à l'attention des voyageurs , l'autre des voyagistes .
Structure	<p>Noyau : le bureau d'étude de l'association gère la labellisation et le contrôle.</p> <p>Produit tangible : les chartes, le référencement des voyagistes et des réceptifs.</p> <p>Valeur ajoutée : leur certification.</p>

Type d'établissements concernés par le club / association / marque	voyagistes et réceptifs pratiquant le trekking, de randonnée, de découverte et 3 logements labellisés par l'association.
Publics cibles	Voyageurs.euses pratiquant le trekking, de randonnée, de découverte et souhaitant le faire dans le cadre d'un tourisme durable et qui prend son temps.
Produits personnalisables par publics	Non spécifiés
Typologie de critères	Oui
Gamme de prix	Non spécifiée
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Oui, marche à pieds, moyens non conventionnels (câbles, glisse, etc.), transports en commun.
Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Non spécifiées

Exigences quant à la qualité et durabilité	Oui, incitation à consommer des produits locaux et nouer des partenariats, veiller à la formation et juste rémunération des partenaires locaux. Mobilité. Conditions de travail et rencontre du territoire et de ses personnes.
Système de compensation carbone ou autres	Oui, inciter les opérateurs et touristes à la compensation carbone et compensation territoire.


<p>Nom : Forum Anders Reisen Site internet : https://forumandersreisen.de/startseite/aktuelles/ Entité responsable du référentiel : Forum Anders Reisen Désignation de l'entité : Association Couverture géographique : Monde</p>
<p>Plus de 100 organisateurs de voyages de pays germanophones, engagés pour le tourisme durable mais aussi des prestataires d'autres pays adressés à cette clientèle. Ce sont des spécialistes qui rendent leurs voyages respectueux de l'environnement et socialement responsables. Un référentiel établi autour de six axes : mobilité, destinations, partenaires dans les destinations, communication externe, entreprise, procès de certification CSR.</p>



Objectif principal	Association de petites et moyennes entreprises touristiques dont l'objectif commun est le développement et la diffusion du tourisme durable.
Diffusion	<ul style="list-style-type: none">▪ Site internet▪ Réseaux sociaux▪ Brochures▪ Guides▪ Catalogues
Nombre de produits proposés	De nombreuses offres sur tous les continents, car opérateur. Un catalogue annuel qui présente une sélection de leurs perles : Reiseperlen.
Structure	<p>Noyau : chaque destination/produit a une fiche qui reprend le prix, la durée du séjour, le type d'activités (excursions vélo, visites guidées nature, etc.) mais aussi l'équivalent en carbone et sa compensation.</p> <p>Produit tangible : la fiche qui fournit beaucoup de détails.</p> <p>Valeur ajoutée : le label, strict, le détail des fiches qui informent sur les labels (par exemple, sites UNESCO), l'information sur les prestataires de services.</p>



Type d'établissements concernés par le club / association / marque	Tours opérateurs du marché allemand et prestataires de service en destinations.
Publics cibles	publics germanophones voyageant avec des TO et des réceptifs avec une sensibilité pour le tourisme durable.
Produits personnalisables par publics	Non spécifiés
Typologie de critères	Obligatoires : par exemple, respects des populations, de leurs cultures et sociétés. Préférence pour tourisme de mobilité durable. Optionnels : aliments agriculture biologique et locaux, ne doivent pas être des hébergements privatisant l'espace public (par exemple club de vacances qui s'approprie et privatise une plage publique pour l'usage exclusif de leur clientèle). Ceux-ci s'articulent autour de 4 axes : mobilité, destinations, prestataires locaux, communication externe et fonctionnement interne entreprise.
Gamme de prix	Ample.
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Oui, écomobilité comme base et la clientèle doit être informée quant à la meilleure option énergétique. Les options de mobilité non-motorisée doivent aussi être privilégiées. Certains moyens de transport de loisirs tel que le jet-ski, le héli-ski, les tours en quad, etc., sont interdits.



Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Non spécifiées
Exigences quant à la qualité et durabilité	Oui, adhésion à l'index atmosphérique des émissions des compagnies aériennes et privilégie les vols directs. Destination respectant les populations locales, leurs patrimoines et l'environnement. Rendre public, dans les zones sensibles à forte valeur environnementale, le nombre maximum de personnes pouvant visiter les lieux. Respect des critères du CITES – quant au commerce des espèces menacées et protégées –, UNEP/CMS pour l'observation des animaux marins en milieu marin et prohibition des delphinariums, etc., ainsi qu'envers les oiseaux et en général vers la faune et la flore. Préservation ressources naturelles. Implication et respect des communautés locales : salaire juste, réduction de la pauvreté, lutte contre le tourisme sexuel et envers les mineurs, respect religions, entre autres. Bâti respectueux environnement et culture locale. Non OGM et alimentation de préférence AB et locale et de saison. Respect des travailleurs.
Système de compensation carbone ou autres	Oui, compensation du carbone : information de la clientèle et paiement par celle-ci d'une « taxe » de compensation clairement exprimée et visible.



Nom : AITO Association of Independent Tour Operators
Site internet : <https://www.aito.com/>
Entité responsable du référentiel : Association of Independent Tour Operators (AITO)
Désignation de l'entité : L'Association représente 122 des meilleurs voyagistes indépendants de Grande-Bretagne.
Couverture géographique : Grande Bretagne et Monde.

Association des opérateurs indépendants du Royaume-Uni qui ont intégré les aspects liés au tourisme responsable et durable dans la charte de qualité signée par les entreprises adhérentes.
Les axes de la charte sont : protection de l'environnement, respect de la culture locale, soutien aux locaux dans les destinations, protéger les ressources naturelles, minimiser la pollution (bruits, massification, déchets)

Objectif principal	« Certifier » un tourisme de qualité.
Diffusion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Site internet ▪ Réseaux sociaux ▪ Blogs
Nombre de produits proposés	Plusieurs
Structure	<p>Noyau : association</p> <p>Valeur ajoutée : possibilité de laisser des avis sur les voyages réalisés, service d'arbitrage, le contrôle financier, la supervision.</p>
Type d'établissements concernés par le club / association / marque	Non spécifiés
Publics cibles	Non spécifiés
Produits personnalisables par publics	Non spécifiés

Typologie de critères	<p>Les critères sont énoncés mais les termes utilisés sont peu contraignants. Par exemple, quant aux animaux sauvages et au bien-être des animaux : « éviter de déranger la faune sauvage et d'endommager leur habitat naturel. Faites attention de ne pas toucher les coraux et ne donnez pas à manger aux animaux. Restez tranquilles quand vous voyez des animaux sauvages ».</p>
Gamme de prix	Non spécifiée
Critères d'écomobilité inclus dans le produit	Oui, mais non précisés.

Conditions intégrées au produit par l'équipement et les services	Non spécifiées
Exigences quant à la qualité et durabilité	Oui, mais sans entrer dans les détails
Système de compensation carbone ou autres	Oui, mais sans entrer dans les détails