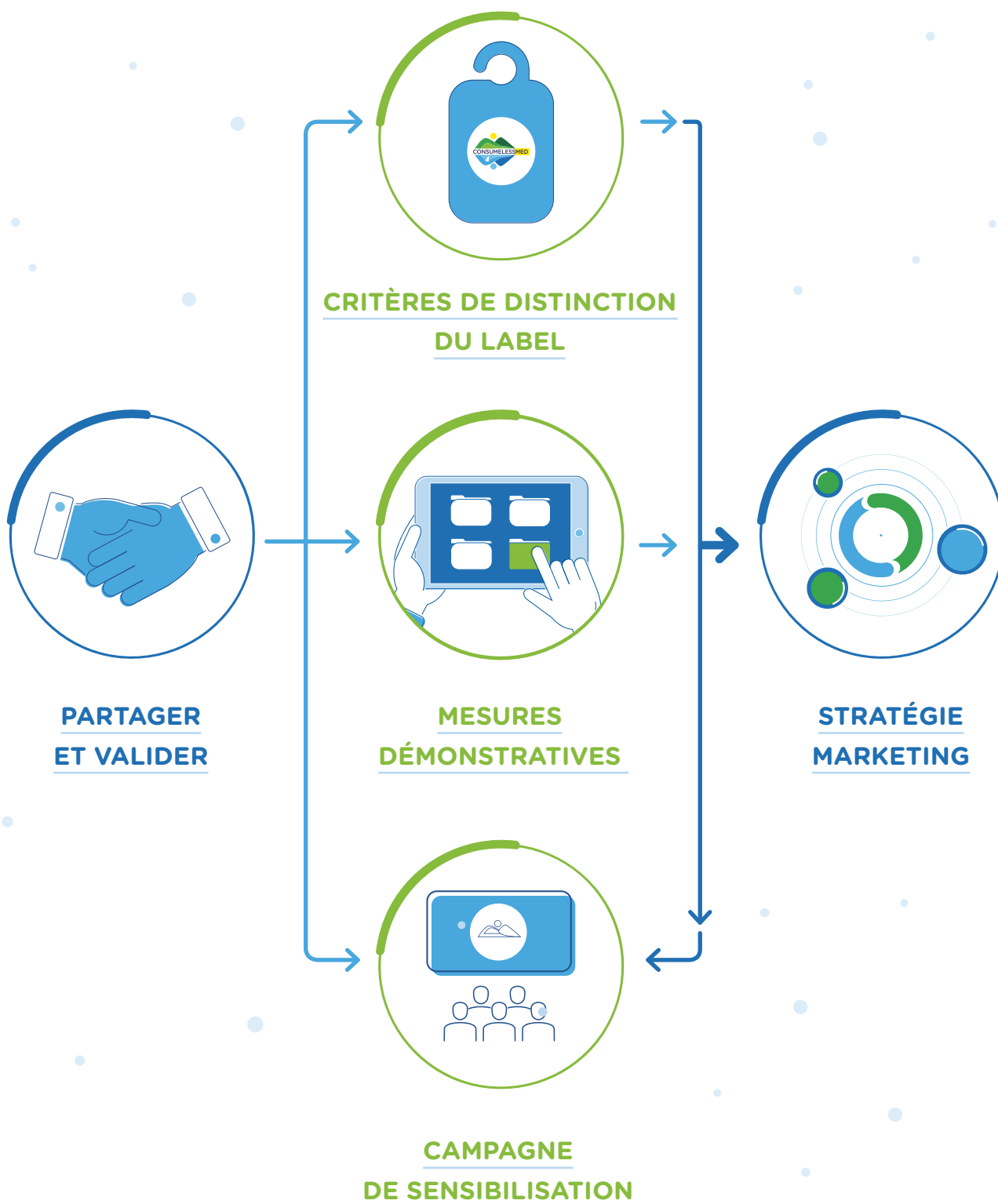




CONSUMELESSMED

BOOKLET

Consume-less model



Le label ConsumelessMed

LE LABEL CONSUMELESSMED DOIT ÊTRE PROMU ET GÉRÉ CONJOINTEMENT PAR LES ADMINISTRATIONS PUBLIQUES AVEC LES ACTEURS CLÉS LOCAUX, EN METTANT EN PLACE UN COMITÉ LOCAL CONSUMELESS. LES PRINCIPALES TÂCHES DU COMITÉ SONT LES SUIVANTES : FOURNIR UN SOUTIEN TECHNIQUE ; L'ATTRIBUTION DU LABEL ; LA PROMOTION DU LABEL ET DES INSTALLATIONS RÉCOMPENSÉES ; LE SUIVI DE L'APPLICATION DES CRITÈRES DU LABEL.

Le label est attribué aux opérateurs privés ou publics : hôtels et hébergements ; campings ; cafés et restaurants ; boutiques d'artisanat et de produits locaux ; établissements de station balnéaire.

Les établissements désireux d'appliquer le label ConsumelessMed doivent signer un formulaire **d'adhésion ConsumelessMed** comprenant les engagements suivants :

- La mise en œuvre d'actions obligatoires et volontaires visant à réduire les déchets, les consommations d'eau et d'énergie, y compris le maintien des bonnes pratiques déjà mises en œuvre ;
- La direction doit s'assurer que les employés sont conscients des engagements environnementaux de l'établissement et adoptent un comportement plus durable ;
- La mise en œuvre des actions de communication : Le label ConsumelessMed doit être affiché en bonne place, les documents d'information sur l'engagement environnemental et les initiatives ConsumelessMed doivent être visibles et accessibles aux clients et publiés sur le Web.

[Pour plus d'informations sur le contenu et l'approche de mise en œuvre, vous pouvez télécharger le livrable du projet : « 3.1.1 Guidelines of the ConsumelessMed label ».](#)



Rural accomodation
in Realmonte



Restaurant
in Naxos



Local handicraft shop
in Vélez-Málaga

Mesures démonstratives moins consommatrices

LES MESURES DÉMONSTRATIVES SONT CONÇUES COMME DES INSTALLATIONS, SITUÉES DANS DES ENDROITS À HAUTE VISIBILITÉ, VISANT À RÉDUIRE LES DÉCHETS, À ÉCONOMISER L'EAU, À ÉCONOMISER DE L'ÉNERGIE OU À PRODUIRE DE L'ÉNERGIE PAR DES SOURCES RENOUVELABLES.

Ces mesures jouent un rôle important dans la communication aux touristes de l'engagement des municipalités à réduire la consommation de ressources environnementales, devenant un élément clé de la campagne de sensibilisation locale. Par conséquent, ils devraient être très visibles pour les touristes visitant les destinations touristiques et ils devraient être spécifiquement promus par le biais des supports de communication et des événements de la campagne de sensibilisation.

La destination touristique Consumeless-Med peut choisir de réaliser une ou plusieurs mesures démonstratives, en se concentrant sur une ou l'ensemble des questions environnementales (énergie, eau, déchets).

Ces mesures démonstratives peuvent être spécifiquement coconçues et réalisées « ex nihilo » avec les acteurs locaux en cas de ressources publiques et/ou de parrainages privés disponibles. En cas de manque de ressources dédiées, les initiatives ou installations existantes ayant une visibilité potentielle pour les touristes pourraient être mieux capitalisées en les communiquant et en les promouvant.



**Separated collection of waste
in Vélez-Málaga beaches**

Green wall in Marina di Ragusa



Une campagne de promotion et de sensibilisation

LA CAMPAGNE DE SENSIBILISATION A DEUX OBJECTIFS PRINCIPAUX :

- Mobiliser et impliquer les opérateurs touristiques et les prestataires de services touristiques en vue d'une amélioration de la durabilité environnementale des services offerts aux touristes, en mettant en œuvre des bonnes pratiques spécifiques visant à réduire les déchets et à économiser l'énergie et l'eau ;
- Sensibiliser les touristes et les citoyens à l'importance d'adopter des comportements durables sans consommation afin de préserver les services écosystémiques et l'attractivité connexe de la destination touristique.

LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION REPOSE SUR TROIS COMPOSANTES PRINCIPALES :

Initiatives en faveur d'une « information généralisée » au niveau local, visant à promouvoir la marque Consume-less, renforçant ainsi l'engagement de la destination touristique dans la mise en œuvre d'un modèle de tourisme durable.



Implication directe des prestataires de services touristiques, montrant et distribuant le matériel de communication du projet à leurs clients.



Stratégie de communication sur le Web et les réseaux sociaux basée sur une approche narrative, impliquant les touristes et les citoyens à travers la collecte de vidéos, de messages audios et d'images.



Stratégie Marketing

LA STRATÉGIE DE MARKETING DOIT IDENTIFIER LES PRINCIPAUX CANAUX AUX NIVEAUX NATIONAL ET INTERNATIONAL POUR PROMOUVOIR LE MODÈLE DU TOURISME CONSUMELESS-MED, ASSURANT AINSI SA TRANSFÉRABILITÉ ET SA DURABILITÉ FUTURES.



Dans le même temps, il est important de définir le matériel promotionnel, basé sur ceux développés dans le cadre de la campagne de communication locale, qui doivent être promus à travers les canaux de marketing, les outils et les médias identifiés.

Un outil fondamental de la stratégie marketing est la **plateforme en ligne ConsumelessMed**, (www.consumelessmed.org) promouvant les destinations touristiques Consume-less et présentant toutes les initiatives et le matériel produits au niveau local. Grâce à la plateforme, il est possible de suivre pas à pas la mise en œuvre du modèle Consume-less, d'obtenir des informations pratiques et des contacts liés aux études de cas et d'avoir la possibilité de télécharger tous les outils conçus, testés et affinés au sein du projet.

Un document d'orientation « Consumeless » a été rédigé afin d'aider les autorités locales régionales et nationales à formuler des recommandations et des lignes directrices pour l'intégration du modèle Consumeless dans les politiques, plans et programmes existants liés à la durabilité et au développement du tourisme. De cette façon, les villes qui adoptent le modèle pourraient avoir la possibilité d'exploiter le programme de financement existant pour renforcer les activités liées à Consumeless.

Monitoring

LE SUIVI DES RÉSULTATS OBTENUS GRÂCE À LA MISE EN ŒUVRE DU MODÈLE DE TOURISME CONSUMELESS PERMET D'ÉVALUER L'EFFICACITÉ DES ACTIONS MISES EN ŒUVRE DANS LA PROMOTION D'UN TOURISME PLUS DURABLE, MAIS FOURNIT ÉGALEMENT DES DONNÉES ET DES INFORMATIONS UTILES POUR LE DÉVELOPPEMENT DE LA STRATÉGIE MARKETING.

Suivi de la mise en œuvre du label ConsumelessMed : il s'agit d'une tâche obligatoire pour les installations appliquant le label, basée sur la réalisation d'auto-audits et sur des audits périodiques sur site des installations réalisés par le Comité du label Consume-less.

Suivi des mesures démonstratives : des procédures spécifiques doivent être définies afin de collecter et d'élaborer des données en termes de déchets, d'eau et d'économies d'énergie afin de mieux communiquer aux touristes et aux citoyens les avantages environnementaux liés à la mise en œuvre des mesures.

Ces informations ascendantes, y compris d'autres informations qui pourraient être collectées par les pouvoirs publics et les autres parties prenantes impliquées dans les activités pilotes, représentent également un point de départ vers le développement d'un système de suivi plus large visant à mieux décrire et mesurer l'impact touristique et les performances de durabilité de la région.



Construction et Mise en place d'un plan d'action

ÉTAPE 1

Rédiger une analyse contextuelle du profil touristique et des principales pressions environnementales et une proposition préliminaire du plan d'action pour la mise en œuvre du modèle de tourisme Consumeless.

ÉTAPE 2

Former les parties prenantes locales et les impliquer dans la mise au point et l'approbation du plan d'action.

ÉTAPE 3

Concevoir les mesures démonstratives, mettre en place la campagne de communication et concevoir les matériaux et outils associés, rédiger une stratégie marketing pour promouvoir votre destination touristique Consumeless.

ÉTAPE 4

Signer un accord pour la mise en œuvre du modèle et lancer la phase de mise en œuvre, en présentant à la communauté locale, en particulier en ce qui concerne les prestataires de services touristiques, le plan de mise en œuvre du modèle.

ÉTAPE 5

Former les prestataires de services touristiques à la mise en œuvre du plan d'information, en organisant des initiatives informatives et des ateliers de formation spécifiques afin de présenter et de discuter de la mise en œuvre du label ConsumelessMed.

ÉTAPE 6

Mettre en œuvre le plan d'action et surveiller les résultats. Toutes les actions du projet, y compris le label, la mesure démonstrative, la campagne de communication et la stratégie marketing doivent être mises en œuvre et contrôlées selon les procédures définies dans le plan d'action.

