Comment faire du marketing sur le tourisme vert en France ?

Bibliothèque publique d'information – notre réponse *actualisée* **le 06/07/2022.**



Lorsque l'on pense au voyage et au tourisme, on pense directement à l'avion. Et malheureusement, même pour les petits trajets qui pourraient se faire de manière plus écologique, on y pense aussi.
N'est-il donc pas temps de penser au tourisme vert ? Un des moyens pour que les gens s'y mettent, c'est de le vendre efficacement.

Tour d'horizon des documents sur le marketing du tourisme vert.

Méthodes de marketing

Ressources numériques

Chapitre IX. Voyager authentique
dans *Le sacre de l'authenticité* de Gilles Lipovetsky, Éd. Gallimard, 2021.
Extrait :

« Afin de satisfaire ce besoin d'authenticité, les professionnels du tourisme ne cessent de promouvoir les « vacances nature », les beautés du patrimoine rural et naturel, les plaisirs de la découverte de la biodiversité, la rencontre avec un milieu naturel pur et préservé. On ne compte plus les offres de contact (randonnées, marches sur sentier, trekking, hébergements atypiques en milieu naturel) avec une nature exempte de traces humaines, source de sensations et d'expériences uniques. Sont célébrés comme « authentiques » les espaces naturels intacts ou non « contaminés », les lieux où l'action humaine se montre discrète ou quasiment nulle. »

Le marketing vert, destination et tourisme durable – table ronde
Chaîne du CCI des Hauts-de-France
Mise en ligne le 01/02/2016
Le tourisme durable en pratique : 20 exemples innovants réalisé par le Réseau des Grands Sites de France, juillet 2016.
Extrait :
« D'abord, aborder les projets de façon globale : préservation, aménagements, gestion, usages, stratégie de tourisme durable et promotion concertée… Ensuite, fédérer une multitude d'acteurs autour du projet et tout particulièrement les acteurs de la protection et du tourisme. Enfin, le faire à bonne échelle, un défi dans ce territoire à cheval entre 2 régions, 3 agences de développement touristique, 10 offices de tourisme et 2 syndicats d'initiative, qui, aujourd'hui, travaillent ensemble à la promotion de la destination. »

Ouvrages

Management du tourisme : territoires, offres et stratégies de Jean-Pierre Lozato-Giotart, Erick Leroux et Michel Balfet, Éd. Pearson, 2014.

Résumé :
Une analyse de toutes les composantes de l'offre touristique : filière, territoires, types de consommateurs, de produits et de professionnels, nouvelles pratiques (Internet, tourisme durable), politiques touristiques (marketing, stratégie, gestion). Avec des exercices et des études de cas permettant de mettre en pratique les connaissances. ©Electre 2014

Le tourisme rural : concevoir, créer, gérer de François Moinet, Éd. France agricole, 2012.
Résumé :
Présente tous les conseils et références pratiques pour entreprendre le lancement ou l'amélioration d'un projet de tourisme rural. Définit les principes d'économie, de gestion et de marketing qui conditionnent la réussite ou l'échec de ce genre d'initiative. ©Electre 2012

Marketing du tourisme durable de Gérard Seguin et Emmanuelle Rouzet, Éd. Dunod, 2010.
Résumé :
Comment mettre en place une stratégie de développement touristique durable dans un pays ou une région où la première source de revenus dépend de ses visiteurs ? Fini le temps du tourisme de masse. La préservation naturelle et patrimoniale doit désormais être au rendez-vous pour se positionner comme destination attractive. Cela s'apprend. Ce que les auteurs présentent en détail.

Tourisme et développement durable : De la connaissance des marchés à l'action marketing, Éd. Atout France, 2010.
Résumé :
Synthèse du tourisme vert grâce à des études faites en France, en Allemagne et en Angleterre, qui dispense également des conseils aux professionnels qui veulent s'investir un peu plus dans le tourisme durable. ©Electre 2010

Pourquoi promouvoir le tourisme vert ?

La communication responsable pour un tourisme plus vert sur *Additi média*, 21/07/2021.
Extrait :

> *Le **tourisme responsable** est de plus en plus plébiscité par les voyageurs. Cette nouvelle façon de voyager répond aux différents enjeux du développement durable tout en appliquant un principe économique. Les touristes responsables souhaitent visiter un territoire tout en respectant la culture, les traditions. Il s'oppose au tourisme de masse.*

Favoriser l'émergence d'un écosystème d'affaires en tourisme durable de Corinne Van Der Yeught dans *Management & Avenir*, n ° 116, p. 107-128, 20/05/2020.
Extrait :

> *Le tourisme durable est défini par l'OMT comme « un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil » . Il vise une viabilité à long terme par la recherche d'un équilibre entre les dimensions économique, environnementale, sociale et culturelle.*

L'écotourisme pour un tourisme responsable ! de Michel Avenier sur *Abimes Concept*, 24/04/2019.
Extrait :

> *L'ecotourisme minimise les impacts négatifs sur l'environnement naturel et incite à sa protection. Il cherche*

à valoriser et à promouvoir la conservation des zones naturelles ou des sites culturels menacés. Il s'agit aussi d'avantages financiers pour la conservation : lorsque les gens dépensent de l'argent dans le tourisme vert, une partie de celui-ci est consacrée aux efforts de conservation, tels que les projets de reboisement et de repeuplement des espèces en voie de disparition.

Pour aller plus loin…

Vous pouvez également consulter cet article sur la transition entre tourisme de masse et tourisme vert au Brésil.
Du tourisme de masse au tourisme durable ? de Claire Weishar dans *Confins*, 12/11/2021.
Résumé :
Le tourisme constitue l'un des défis majeurs du XXIe siècle. Toujours plus informés sur les conséquences du tourisme de masse et sensibilisés au Développement Durable, les consommateurs-touristes formulent progressivement la demande d'un tourisme plus durable.
