



Co-funded by  
the European Union

# ANNEXE I

## LISTE DES TACTIQUES



## 1. Introduction et contexte

Ce document présente l'ensemble des tactiques préliminaires qui ont été identifiées comme pertinentes et appropriées sur la base de l'analyse des besoins des pays participants et de leurs écosystèmes touristiques. Les tactiques sont générées sur la base d'une série d'activités d'évaluation des besoins progressivement exécutées par l'équipe du consortium.

La partie introductive de ce document présente les principes de changement de comportement qui ont guidé le processus de sélection des tactiques.

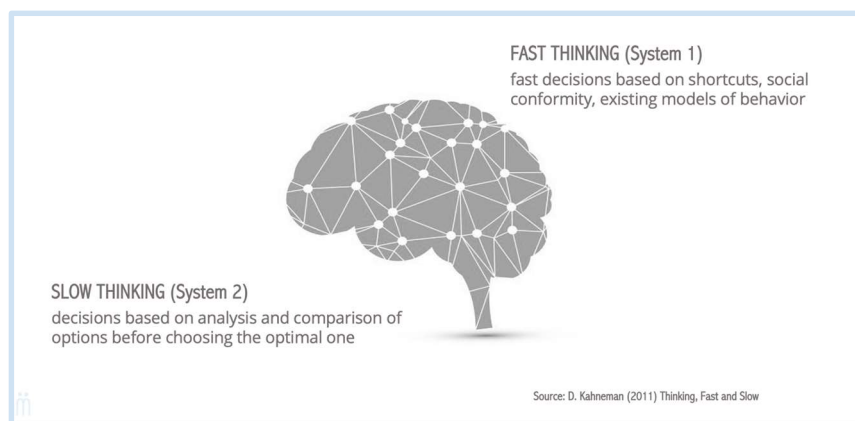
### 1.1. Quelles sont les connaissances scientifiques qui sous-tendent l'approche First Mile ?

L'approche du premier kilomètre, ou First Mile, est fondée sur l'utilisation des connaissances en matière de changement de comportement de manière à faciliter l'action en faveur de la durabilité pour les personnes travaillant dans l'industrie du voyage. Elle se fonde sur les connaissances actuelles de l'économie comportementale selon lesquelles le simple fait de fournir des informations sur les options durables ne modifie pas les préférences des voyageurs à leur égard. Plusieurs caractéristiques importantes du comportement des voyageurs expliquent pourquoi le simple fait d'indiquer une option durable n'entraîne pas de changement de comportement :

➤ La principale motivation des voyageurs est de maximiser leur expérience.

Cela signifie que **le principal moteur de leurs choix est l'attrait**. La plupart des décisions qu'ils prennent en rapport avec la valeur expérientielle de leur voyage sont guidées par cette motivation. Cela nous amène à comprendre que si l'option la plus attrayante se trouve être également durable, elle sera probablement choisie.

➤ De nombreuses décisions qui produisent une empreinte indésirable sont souvent automatisées et ne sont pas entièrement réfléchies.



L'une des théories fondamentales avancées par l'économie comportementale est que les choix humains sont canalisés par un double système de prise de décision. Les êtres humains disposent du système 1 (notre système de prise de décision rapide), qui cherche à prendre des décisions rapides en adoptant une

approche axée sur les raccourcis et qui n'implique pas une comparaison réfléchie des options

disponibles. Pour le système 1, la priorité est de parvenir rapidement à un choix ou de ne pas passer du tout par un processus de décision, en optant pour ce qui est défini comme l'option par défaut. Les individus utilisent également un deuxième système - le système 2 - qui s'occupe des choix plus réfléchis, où nous comparons intentionnellement les alternatives et cherchons à sélectionner l'option qui est la plus souhaitable à ce moment-là.

Ce qu'il faut comprendre, c'est que pendant les vacances, de **nombreuses décisions liées à l'impact des voyages sont prises par le biais du système 1** et sont motivées par ce qui est défini comme l'option par défaut ou ce qui semble être la chose la plus facile à faire, plutôt que par un examen approfondi de toutes les options.

Les voyageurs sont plus susceptibles de s'engager dans un processus de prise de décision impliquant le Système 2 lorsque les choix sont liés à la maximisation de la valeur expérientielle de leur voyage.

L'approche du premier kilomètre est fondée sur ces connaissances. Elle se concentre sur l'identification des **points de décision** où :

- ❖ les choix du voyageur produisent une empreinte qui peut être optimisée, et
- ❖ les choix des voyageurs peuvent être influencés sans effort et sans perturbation.

### ***1.2. Qu'est-ce qui a permis d'identifier les tactiques (actions) du programme First Mile ?***

Le processus ayant conduit à l'identification des tactiques proposées a impliqué **plusieurs étapes** qui ont été guidées par les connaissances et l'expertise des partenaires du consortium, ainsi que par la contribution directe des parties prenantes de l'industrie du voyage, y compris les PME. L'objectif était d'établir les besoins et les défis réels sur le terrain auxquels les PME touristiques sont confrontées dans leur parcours de durabilité. Chaque étape du processus a été **conçue pour s'appuyer sur la précédente et garantir un approfondissement et un ciblage progressifs** de la compréhension des besoins.

Après l'identification initiale des domaines de durabilité prioritaires pour les destinations cibles couvertes par le projet, l'équipe du consortium a entrepris quatre étapes principales d'évaluation des besoins :

1. Examen des réglementations et des documents politiques au niveau de l'UE qui concernent les améliorations, les exigences et les objectifs en matière de durabilité qui sont pertinents pour les PME du secteur du tourisme.
2. Examen des réglementations et des documents politiques au niveau national qui concernent les améliorations, les exigences et les objectifs en matière de durabilité qui sont pertinents pour les PME du secteur du tourisme.
3. Des entretiens ciblés avec des représentants des écosystèmes touristiques de chaque destination participante qui possèdent des connaissances spécifiques sur les besoins des PME et les efforts en

matière de durabilité.

4. Une enquête menée auprès des PME du secteur du tourisme dans toutes les destinations participantes a permis d'obtenir des informations de premier rang de la part des bénéficiaires cibles sur les besoins et les défis auxquels ils sont confrontés dans le cadre de leurs efforts en matière de durabilité.

### 1.3. Quelle est la portée des tactiques (actions) de programme First Mile ?

L'approche du premier kilomètre vise à modifier les comportements grâce à des **tactiques (actions) faciles et intelligentes** qui modifient la façon dont les expériences de voyage sont présentées ou fournies. Il s'agit d'un point de départ intelligent du parcours de durabilité qui facilite les améliorations de la durabilité à **court terme**. Elle n'annule pas la nécessité d'efforts plus importants ou plus complexes pour parvenir à une économie touristique entièrement verte, mais elle donne la priorité aux mesures qui peuvent être prises dès maintenant et sans nécessiter d'investissements importants.

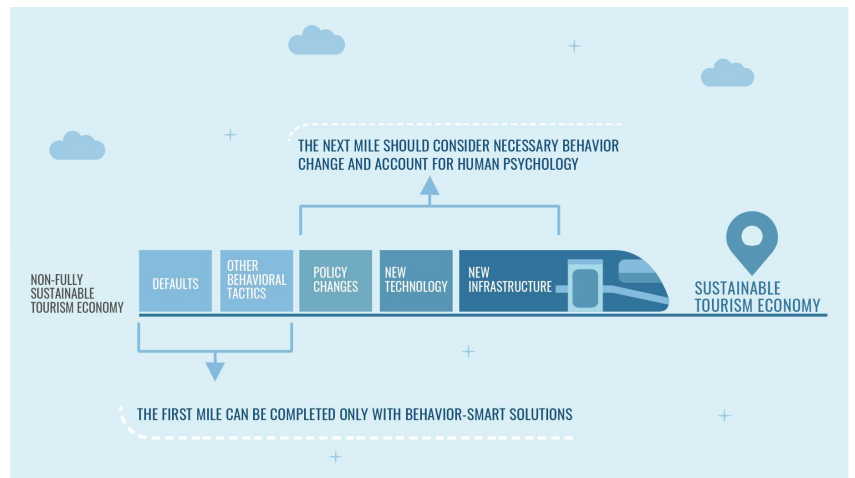
C'est pourquoi, malgré le fait que le processus d'analyse et d'évaluation des besoins qui a permis de sélectionner les tactiques présentées ici couvre une

grande variété de défis auxquels les entreprises touristiques sont confrontées dans leurs efforts de durabilité, **l'accent est mis uniquement sur les questions qui peuvent être abordées avec les tactiques (actions) du premier kilomètre**. Les défis de la prochaine étape, qui impliquent des solutions plus complexes telles que des modifications de produits, une requalification significative des travailleurs, des modifications dans les infrastructures ou les services de transport, etc. sont reconnues, mais ne font pas partie du champ d'application du projet actuel.

Les tactiques (actions) du premier kilomètre impliquent des **changements simples à différents points de prises de décision du voyageur** qui ne perturbent pas la relation fournisseur-client mais qui améliorent les performances de durabilité du service touristique. Les principes de changement de comportement qui sont au cœur des tactiques (actions) du premier kilomètre présentées ici s'articulent autour de quatre grands principes :

1) Le premier principe consiste à **rendre la durabilité facile et sans effort**.

Il implique l'utilisation de tactiques de changement de comportement (actions) qui visent à modifier les choix de manière à rendre la ou les options durables très faciles à choisir et à adopter. Ces tactiques sont utiles lorsque le voyageur (ou le travailleur) prend une décision en mobilisant principalement le système 1 (axé sur les raccourcis) et qu'il ne fait pas l'effort de choisir en toute



connaissance de cause. En rendant les choix durables plus faciles à faire et à mettre en œuvre, nous augmentons la probabilité que le décideur les choisisse sans avoir à faire d'effort.

2) Le deuxième principe consiste à *faire de la durabilité l'option par défaut*.

Il s'agit de faire de l'option durable l'option par défaut partout où cela est possible. Ce principe s'applique aux cas où le décideur prend une décision en mobilisant principalement le système 1 et ne se soucie pas des différentes options. Dans ce cas, le fait de définir l'option la plus durable comme l'option par défaut augmente considérablement le taux auquel elle est retenue, souvent sans faire de différence significative pour le décideur.

3) Le troisième principe consiste à *soutenir les choix durables par la sensibilisation*.

Il s'agit de sensibiliser le décideur par le biais d'informations spécifiques au moment de la prise de décision. Ces tactiques sont pertinentes lorsque l'on constate que les décideurs ne sont pas suffisamment sensibilisés pour faire les choix souhaités, mais qu'ils sont susceptibles de les faire s'ils disposent des informations nécessaires. Une condition importante ici est de veiller à ce que l'information soit fournie de manière ciblée au moment de la décision, là où elle peut influencer le choix. La sensibilisation peut être pertinente pour les points de choix où le décideur se trouve à la fois dans le système 1 et dans le système 2. Dans les scénarios où la prise de décision implique le système 1, nous fournissons des informations afin de l'inciter à opter pour l'option durable, c'est-à-dire que l'information devient le raccourci que le voyageur (ou le travailleur) utilise pour prendre une décision rapide. Dans les cas où le décideur prend une décision impliquant le système 2, l'information est fournie pour mettre en évidence des avantages supplémentaires ou donner plus de poids à l'option souhaitée.

4) Le quatrième principe consiste à *rendre l'option durable attrayante*.

Il s'agit d'ajouter un attrait supplémentaire aux options durables et, idéalement, d'en faire l'alternative la plus attrayante parmi celles qui sont disponibles. Ces tactiques sont efficaces lorsque le décideur prend une décision en mobilisant le système 2 et qu'il cherche à faire un choix qui maximise les gains qu'il recherche, c'est-à-dire vivre la meilleure expérience, goûter les meilleurs plats, créer les meilleurs souvenirs, etc. Il est logique de chercher à faire appel à des options durables lorsqu'il s'agit de choisir ce que l'on va manger au déjeuner ou au dîner, l'activité que l'on va pratiquer ou les attractions que l'on va visiter.

**Les tactiques (actions) du premier kilomètre visent à améliorer la durabilité des PME touristiques, notamment en réduisant leur empreinte carbone et leur impact sur l'environnement. Elles répondent aux priorités suivantes :**

- Réduire les déchets (notamment en réduisant les plastiques à usage unique et les déchets alimentaires)
- Réduire la consommation d'énergie (utilisation intelligente de l'énergie) ;
- Réduire la consommation d'eau (utilisation intelligente de l'eau) ;
- Encourager la mobilité verte (mobilité intelligente) ;
- Améliorer la gestion des flux de visiteurs (visites intelligentes) ;
- Promouvoir l'alimentation locale.

## 2. Liste des tactiques

Priorités/sujets		Tactique du premier kilomètre (actions)	Catégories/segments d'activités pertinents	Erreurs de comportement qui peuvent être corrigées par des actions dès le premier kilomètre
Réduire les déchets	Améliorer la gestion des déchets	<ol style="list-style-type: none"> <li>Encourager les comportements de "ne laisser aucune trace" en fournissant des sacs pour les déchets - <i>faciliter les choses</i> - <i>en faire une option par défaut</i></li> <li>Encourager les comportements de "ne laisser aucune trace" en fournissant des informations complémentaires - <i>faciliter les choses</i></li> <li>Encourager les comportements "sans laisser de trace" en récompensant les actions souhaitées - <i>rendre l'option attrayante</i></li> <li>Encourager le comportement de "ne laisser aucune trace" en le présentant comme une norme sociale - <i>en faire une option par défaut</i></li> <li>Encourager le tri des déchets par le biais de guides visuels simples au point de collecte - <i>faciliter les choses</i></li> <li>Décourager les voyageurs d'acheter des produits suremballés grâce à des instructions visuelles claires - <i>sensibiliser le public</i></li> </ol>	Hébergement, Fournisseur de denrées alimentaires, Fournisseur d'activités	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acheter des produits excessivement emballés (personnel et clients).</li> <li>- Abandonner des déchets sur les sites (en dehors des points de collecte des déchets).</li> <li>- Ne pas respecter le principe de la collecte sélective.</li> <li>- Responsabilisation et sensibilisation insuffisantes des clients quant à la quantité de déchets réellement générée.</li> <li>- Les touristes n'ont pas l'habitude d'adopter des comportements de "ne laisser aucune trace" et ne sont pas conscients qu'il n'y a pas de poubelle dans les sites naturels ou historiques.</li> </ul>
	Réduire les plastiques à usage unique	<ol style="list-style-type: none"> <li>Réduire les matières plastiques en fournissant une bouteille d'eau réutilisable - <i>faciliter les choses</i></li> <li>Réduire les matières plastiques en fournissant des gobelets réutilisables - <i>faciliter les choses</i></li> <li>Réduire les matières plastiques en rappelant aux clients d'apporter une bouteille réutilisable et un sac à provisions - <i>sensibiliser le public</i></li> <li>Réduire les déchets plastiques en rendant les robinets d'eau visibles et en encourageant les clients à boire l'eau du robinet - <i>rendre l'option attrayante</i></li> </ol>	Hébergement, Fournisseur d'activités, Fournisseur de denrées alimentaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acheter des produits dont l'emballage plastique est excessif.</li> <li>- Manque de sensibilisation et d'attention des clients.</li> </ul>
	Réduire les déchets alimentaires	<ol style="list-style-type: none"> <li>Réduire le gaspillage alimentaire en activant la prise de conscience - <i>sensibiliser le public</i></li> <li>Réduire le gaspillage alimentaire en passant à des tailles d'assiettes plus petites - <i>en faire une option par défaut</i></li> <li>Réduire le gaspillage alimentaire en introduisant des portions plus petites - <i>faciliter les choses</i></li> <li>Réduire le gaspillage alimentaire en faisant en sorte que les employés de cuisine aient à l'esprit la question du gaspillage alimentaire - <i>sensibiliser le public</i></li> </ol>	Fournisseur de denrées alimentaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manque de sensibilisation au gaspillage alimentaire.</li> </ul>

<b>Promouvoir l'alimentation locale</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promouvoir les aliments locaux en les présentant comme irrésistibles - <i>rendre l'option attrayante</i></li> <li>2. Promouvoir l'alimentation locale en créant une section spéciale - <i>faciliter les choses</i></li> <li>3. Promouvoir l'alimentation locale en rendant les produits locaux plus visibles - <i>faciliter les choses</i></li> <li>4. Promouvoir l'alimentation locale en intégrant des options locales dans la conception (pour les visites ou d'autres activités) - <i>en faire une option par défaut</i></li> </ol>	Fournisseur de denrées alimentaires, Hébergement, Prestataires d'activités, Fournisseurs de services numériques	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manque de présentation attractive des produits.</li> <li>- Manque de sensibilisation à l'empreinte carbone des différents types de produits alimentaires.</li> </ul>
<b>Encourager la mobilité verte</b> (mobilité intelligente)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promouvoir la marche et les transports en commun en les rendant très faciles - <i>faciliter les choses</i></li> <li>2. Promouvoir les transports en commun et la marche en soulignant les avantages - <i>rendre l'option attrayante</i></li> <li>3. Promouvoir la marche et les transports en commun par des récompenses - <i>rendre l'option attrayante</i></li> <li>4. Faire de la marche ou des transports publics l'option par défaut lors de la fourniture d'itinéraires - <i>en faire une option par défaut</i></li> </ol>	Hébergement, Fournisseur de denrées alimentaires, Fournisseur d'activités, Fournisseurs de services numériques	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peur de se perdre (le taxi sait comment vous conduire là où vous devez aller).</li> <li>- Le taxi est souvent l'option la plus facile et la plus populaire (sensibilisation).</li> <li>- Manque de connaissances/de sensibilisation sur les moyens de se déplacer à pied/en transports en commun.</li> <li>- Difficulté à impliquer l'ensemble de l'équipe.</li> </ul>
<b>Améliorer la gestion des flux de visiteurs</b> (visites intelligentes)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rendre les lieux/expériences moins visités irrésistibles grâce à des descriptions étonnantes - <i>rendre l'option attrayante</i></li> </ol>	Hébergement Fournisseur d'activités Fournisseurs de services numériques	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préférence des clients.</li> <li>- Forte demande de déplacements spécifiques.</li> <li>- Visiteurs se rendant tous au même endroit à la même période de l'année.</li> <li>- Nombreux sont ceux qui optent pour les points chauds ou le choix le plus populaire.</li> <li>- Manque de sensibilisation à l'empreinte environnementale des différentes options.</li> </ul>
<b>Réduire la consommation d'énergie</b> (utilisation intelligente de l'énergie)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Régler la température ambiante sur une valeur optimale par défaut - <i>en faire une option par défaut</i></li> <li>2. Installer un capteur de fenêtre ouverte relié au système de chauffage/refroidissement - <i>en faire une option par défaut</i></li> <li>3. Rappelez à vos clients de l'éteindre - <i>faciliter les choses</i></li> <li>4. Faire de l'extinction des lumières une norme - <i>en faire une option par défaut</i></li> </ol>	Hébergement, Fournisseurs de services numériques	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les clients (et le personnel) ne sont pas conscients (et ne se soucient pas) de la consommation d'énergie et d'eau, de l'importance de la réduction de la consommation d'eau et d'énergie, et de la manière de le faire.</li> </ul>

<b>Réduire la consommation d'eau</b> (utilisation intelligente de l'eau)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Solutions de régulation du débit de l'eau - <i>en faire une option par défaut</i></li><li>2. Réguler la température de l'eau dans la douche - <i>en faire une option par défaut</i></li></ol>		
---	--	--	--