

## **Atelier 3**

### **Les Entreprises, de la communication à l'éducation à l'environnement**

Animateur : Jean Burger, responsable éducatif de l'aquarium Mare Nostrum, engagé dans le monde associatif (Demain la terre, APIEU, Ecologistes de l'Euzière)

Secrétaire free-mind : Sandrine Cendrier, formatrice

Secrétaire : Isabelle Meynard, responsable du secteur éditions – Association des Ecologistes de l'Euzière

Le maître du temps : Hélène Colombini, Région Languedoc-Roussillon

Témoignage : Stephan Steiner ; membre de l'association Cévennes Ecotourisme :

Participants : *18 personnes*

#### 1. Présentation de la démarche Cévennes écotourisme :

Cévennes écotourisme regroupe des prestataires de service sur le Parc National des Cévennes, dans le secteur de l'hébergement et des activités de pleine nature. Il rassemble des propriétaires de gîtes, des professionnels des activités pleine nature et des animateurs, soit au total 75 hébergeurs, 1000 lits, 5 millions d'euros de CA, 350 places de camping. Cévennes écotourisme est signataire de la charte européenne du tourisme durable.

Cette démarche est contractuelle et repose sur un agrément délivré par une commission d'agrément du PNC.

Ce projet s'appuie sur une démarche de progrès animée par les permanents de l'association et par les adhérents eux-mêmes, en favorisant ainsi la mutualisation des compétences. Il est également fait appel à des prestataires extérieurs pour certains thèmes.

Les thématiques d'accompagnement portent sur :

- La gestion environnementale,
- L'interprétation des sites,
- La production de documents et d'outils de sensibilisation (carnets nature, sac à dos pédagogique ...),
- La valorisation économique des "entreprises familiales", particulièrement en hiver.

En moyenne, les adhérents suivent 4 journées de formation par an.

#### 2. Questions et discussion sur ce témoignage :

- Que représente Cévennes Eco-tourisme par rapport à l'ensemble des entreprises de tourisme sur le PNC ?  
En fait, il y a 1000 entreprises de tourisme sur le PNC, donc 75 engagées dans cette démarche. C'est assez peu, mais elle concerne surtout des petites structures volontaires qui font un choix éthique et qui souhaitent avoir un ancrage territorial et travailler en réseau.
- Est-ce que ce label vous amène de nouveaux clients ?  
Peu, c'est seulement 10% des clients qui viennent sur cette démarche, sinon ils viennent surtout pour les Cévennes.
- La communication se fait surtout par le site [www.marredelaplage.com](http://www.marredelaplage.com), mais il faudrait aller aussi sur les salons pour se faire connaître.

#### 3. Le débat avec la salle : quelle motivation pour une entreprise qui se lancerait dans une démarche « éco-responsable » ?

Deux exemples cités par des participants, celui de la collecte des cartouches usagées d'imprimantes par une entreprise d'insertion et celui d'une centrale d'achat se lançant dans une démarche d'éco-responsabilité, relancent la discussion sur le thème de l'atelier et font ressortir les points suivants :

- Il ne faut pas généraliser et différencier les motivations et les démarches selon la taille et le secteur d'activité de l'entreprise.
- Parmi les leviers :
  - La réglementation a un effet, le retour en terme d'image aussi, mais il existe également des démarches « discrètes » sans forcément de communication vers l'extérieur.
  - La motivation croissante de l'opinion, donc des clients, sur les aspects environnementaux.
  - L'inscription des entreprises dans leur territoire et les répercussions en termes d'emploi de leur activité.
- Parmi les freins :
  - Le mot « éducation » est encore très éloigné du vocabulaire de l'entreprise. Les acteurs de l'entreprise et du monde éducatif se connaissent mal.
  - La mise en place d'une politique d'EEDD dans l'entreprise repose sur une pédagogie basée sur la responsabilisation et la motivation, celle-ci touche directement au type de management de l'entreprise.
- Pour avancer sur ce thème, on peut relever les **propositions** suivantes :
  - Favoriser les rencontres et les échanges pour que les éducateurs et les acteurs des entreprises se connaissent mieux et qu'on puisse aller au-delà des représentations des uns et des autres.
  - Mettre en avant des exemples de partenariats réussis.
  - Ne pas éluder le débat de fond sur les valeurs et sur le sens.
  - Vulgariser le concept d'EEDD, et pas seulement pour expliquer ce qu'est le développement durable, mais montrer aussi que le mot « éducation » recouvre des champs très larges.
  - Et puis surtout, se donner du temps...