- Les entreprises, de la communication à l'éducation ?
  - Participants
    - Atouts
      - motivation de plus en plus forte dans l'opinion
        - consommation durable
      - mode de management
      - Notion de territoire
      - Règlementation qui s'impose
      - Apport extérieur utile
      - Têtes de réseaux
      - Notre environnement
        - de qualité en LR
      - Demande des entreprises augmente
    - freins
      - Education ?
        - méconnaissance du terme
        - travailler sur le mot éducation
      - Communication ?
        - Travailler sur le mot
      - faible reconnaissance des compétences des associations
      - Chacun a des représentations de l'autre
        - Méfiance
      - Relation avec le territoire
      - Impératif de rentabilité
        - occultent très rapidement le côté éducation
        - difficulté à respecter les règles
    - Définition
      - Communication
        - J'informe, je donne un message et après ça ne m'appartient pas
        - qu'est ce qui est de la communication ? qu'est ce qui est de la publicité ?
      - Eduquer
        - Je t'amnène avec moi vers quelque part
          - démarche de progrès
        - c'est le résultat qui est important
        - Apprendre aux gens à faire leur propre choix
        - Redonner de la responsabilité aux gens
        - Pour que la personne agisse au sein de sa structure
  - Témoignage : Stephan Steiner, Cévennes Ecotourisme
    - Charte européenne du Tourisme Durable
    - Formation continue des adhérents
      - Par qui ?
        - Prestataires extérieurs
          - par exemple en gestion environnementale
        - adhérents entre eux
          - recensement des compétences des adhérents susceptibles d'intervenir
          - mutualisation des compétences internes
            - par exemple réalisation d'un sentier de découverte par un adhérent accompagnateur en montagne
            - éducateur à l'environnement
      - Comment on fait remonter les besoins ?
        - Réseau de personnes qui se connaissent
        - qui se rencontrent, se parlent
        - questionnaire
    - Communication ?
      - plaquette de communication
      - site internet : http://www.marredelaplage.com
      - Sensibilisation des clients : affiches et autocollants
    - Education ?
      - chacun des adhérents devient éducateur vis à vis des hôtes
      - livrets d'info pour les clients
    - bénéfices apportés par l'adhésion à la charte ?
      - Communication par l'intermédiarire du site internet
      - Printemps de l'écotourisme
      - Via IPAMAC et PNC
      - Pas de démarche vis à vis des grands industriels du tourisme
        - petites structures
    - Nouveaux types de clients ?
      - Peu de personnes s'adressent par rapport au Label
      - Les personnes viennent pour les Cévennes
    - Labels écotourisme dans d'autres lieux moins privilégiés
      - Animateurs de CET travaillent avec d'autres réseaux ailleurs
      - Eco-gîtes
  - Entreprises
    - Communication
      - écogestes
      - respect des règles de base
      - communication alibi dans les entreprises
        - n'ets-il pas présomptueux de faire de l'EE pour des adultes ?
        - notion qui peut être dépassé si on manage son entreprise
      - surfer sur la vague
    - Expérience du ramassage des cartouches
      - vrai volonté
      - manque de moyens
    - Certaines ne communiquent pas mais font de grosses actions concrètes
    - Il y a des entreprises qui donnent du sens à leur projet
    - Spécificités des PME, TPE
      - quels peuvent être les outils mis à disposition des petites entreprises ?
        - ADEME accompagne
          - Actions de sensibilisation
          - se déplacer autrement, mobilité
          - Ne peut pas être partout
            - Les associations pourraient pallier
        - c'est le territoire qui peut accompagner l'entreprise
        - corporations professionnelles
          - syndicats artisans par exemple
      - quels besoins ?
    - Enjeux de DD pour les entreprises
      - Pas de pression juridique
        - mais réglementation environnementale
      - Démarche volontaire
      - Effet d'aubaine ?
  - Educateurs
    - Méthodes pédagogiques
  - Exemples d'actions
    - Tri des déchets dans les locaux d'une centrale d'achat hypermarchés
      - Tri sélectif du papier
      - Tri carton, plastique, bois
      - Motivé par aspect économique
      - Sensibilisation des salariés
    - Covoiturage dans une grosse entreprise