

# *Revue de presse*



# *2015*

Février 2015

## **BIORISMO, le premier label sur la biodiversité et le tourisme au monde**

**Le cabinet-conseil international, spécialisé dans l'hôtellerie et le tourisme, FRANCOIS-TOURISME-CONSULTANTS - FTC - crée BIORISMO, le premier label sur la biodiversité et le tourisme au monde. En exclusivité et en préalable à la conférence de presse qui se tiendra en mai à Paris, Tourism View a interviewé son président, Philippe FRANCOIS, sur les objectifs et les résultats attendus par ce nouveau label.**

**Tourism View – TV : Philippe FRANCOIS, votre équipe d'experts est maintenant implantée en Tunisie. Quels sont vos objectifs dans notre pays ?**

**Philippe FRANCOIS - PhF : nous sommes effectivement très heureux et fiers d'être présents en permanence depuis un an en Tunisie. Nous avons un consultant permanent et deux vacataires au service de nos clients hôteliers et destinations touristiques. Mais cette équipe est enrichie de nos 15 autres consultants internationaux, basés en France et dans cinq autres pays.**

**Nous connaissons l'histoire glorieuse du tourisme en Tunisie et ne doutons aucunement de son redémarrage dès cette année. Mais nous préconisons que les conditions de ce nouveau développement soient portées par les valeurs du "développement durable". Je pense que nous partageons ces valeurs avec votre nouveau Gouvernement.**

**TV : alors qu'entendez-vous par "développement durable" dans un secteur comme le tourisme, et, particulièrement, en Tunisie ?**

**PhF : disons que nous considérons que le développement du tourisme sera porteur de plus de richesses si nous l'accompagnons par des principes, des méthodes, des conditions – simples – qui participent tant à l'Economie, à l'Humain qu'à la Planète. C'est notre "règle de trois" de la réussite du tourisme.**

**Je m'explique : l'économie durable : oui ! il faut que les entreprises soient rentables et les capitaux investis soient justement rémunérés – ceci en évitant la spéculation et en privilégiant le long terme.**

**TV : soit, mais pour l'Humain ?**

**PhF : ici nous préconisons que le tourisme soit un facteur de réussite sociale pour les tunisiennes et pour les tunisiens, pour les jeunes et pour les moins jeunes. Dans nos conseils et nos formations, nous essayons de toujours apporter épanouissement, perfectionnement et bien-être aux personnes qui travaillent dans le tourisme.**

**TV : nous nous rappelons qu'il y a deux ans vous êtes venus à Tunis en tant que Président de l'AMFORHT, l'Association Mondiale pour la Formation Hôtelière et Touristique.**

**PhF : en effet, notre ONG a eu la chance d'être invitée par votre Gouvernement pour notre Forum annuel 2013 que je co-présidais avec Son Excellence votre Ministre en charge du Tourisme . Cette action entre bien dans les solutions solidaires que les écoles hôtelières engagent dans ces valeurs de "développement durable".**

**TV : le troisième pilier du dispositif est donc la Planète ... vaste chantier !**

**PhF : oui et non. Le projet est vaste, mais les objectifs sont raisonnables. Avançons chaque jour un peu plus pour la préservation de notre environnement, la propreté de nos plages et de nos rues, la gestion de nos déchets, la maîtrise de notre énergie, la réduction de notre consommation d'eau, etc .... Nous intervenons chaque jour dans de petits et de grands hôtels. Nous sommes très pratico-pratiques ! Nos interventions sont toujours adaptées aux souhaits et aux possibilités de nos clients. Nous ne rêvons pas, nous agissons, un peu, chaque jour !**

**TV : aujourd'hui vous lancez un nouveau label international : BIORISMO – est-ce un quatrième pilier du développement durable du tourisme ?**

**PhF : non, nous sommes dans le troisième : préparons une plus jolie Planète pour nos enfants et pour nos clients !**

La biodiversité est un sujet qui peut peut-être paraître un peu flou pour quelques acteurs du tourisme. Et pourtant, à y regarder de plus près, il s'agit du monde vivant dans toute sa variété, tant au niveau des espèces que des milieux naturels. Finalement, la biodiversité concerne les entreprises et les territoires touristiques au quotidien ! Un chef cuisinier n'est rien sans légumes, fruits, aromates, viandes ou poissons. Savez-vous qu'un hôtelier aménage une chambre avec – en moyenne – 9 kg de bois en divers équipements (literie, armoire, chaise, chevet, décoration...). D'où vient ce bois ? Comment est-il transformé ? Et les draps, voilages et nappages sont généralement en coton, soie, laine ou lin.

La présence d'un patrimoine naturel de qualité ou de paysages grandioses (façonnés par la nature et les hommes) sont des atouts majeurs dans l'attractivité d'une destination. La biodiversité apporte donc de nombreux bénéfices à toute l'industrie touristique, quoique souvent difficiles à chiffrer.

**TV : vous semblez dire que nos activités touristiques en Tunisie seraient dépendantes de la biodiversité ?**

**PhF :** en effet. Si le monde vivant peut bien se passer du tourisme, l'inverse est juste impossible. Les activités touristiques sont dépendantes de la biodiversité, pour le meilleur (alimentation, matières premières, paysages, patrimoine immatériel, régulation climatique et de la qualité de l'eau...), mais aussi parfois pour le pire (risques naturels). Des réglementations essaient d'encadrer les activités humaines face à ces derniers (protection du littoral, de la montagne, des zones de crues, etc). Or l'industrie touristique contribue encore trop souvent à la dégradation de la biodiversité, par la sur fréquentation de certains milieux, par la fragmentation et la transformation des habitats, par la pollution de l'air, des sols ou de l'eau, par l'appauvrissement des ressources voire même la standardisation d'aliments ou de matériaux. Qui n'a jamais eu de tomate insipide en décoration de son assiette lors d'un repas au restaurant ? L'Homme, et en particulier le professionnel du tourisme, n'est pas en dehors de la biodiversité, mais bien un maillon, parmi d'autres, qui interagit avec son environnement.

**TV : alors, concrètement, que nous conseillez-vous ?**

**PhF :** la première décision à prendre est de passer du mode "tourisme spéculatif" au mode "tourisme responsable". C'est ensuite de mettre en place quelques dispositifs, tels que le référentiel BIORISMO. Ce référentiel a été étudié et expérimenté pendant deux ans auprès de nos clients et en collaboration avec les services de l'Etat Français \*. Il permet de comprendre, d'apprendre et de maîtriser les solutions biodiversité dans son hôtel, son restaurant, son resort, son territoire touristique.

**TV : est-ce accessible à tous, ou seulement aux grands groupes hôteliers internationaux ?**

**PhF :** aux deux ! Nos experts ont toujours le souci de s'adapter à chaque entreprise, à chaque entrepreneur, ou à chaque responsable régional du tourisme, par exemple. On peut commencer, par exemple, par jeter un œil sur notre publication – gratuite et en ligne sur : <http://www.francoistourismeconsultants.com/fr/publications>  
Puis sur l'un de nos sites : <http://biorismo.com/>  
Ou, très simplement, me contacter par courrier électronique au [p.francois@francoistourismeconsultants.com](mailto:p.francois@francoistourismeconsultants.com)

**TV : ou serait-ce possible que vous veniez nous en parler sur place, en Tunisie ?**

**PhF :** avec plaisir, c'est toujours avec joie que je viens en Tunisie car je sais que vous êtes très motivés à toujours vous perfectionner. Oui, je viendrai. Organisons une journée "développement durable du tourisme" cette année et nous animerons, entre autres, un atelier "BIORISMO".  
Je vous dis alors à bientôt !

\* note de la rédaction : le "Programme ECORISMO pour la Biodiversité" qui a engendré par la suite BIORISMO a été "reconnu" par le Ministère Français de l'Ecologie, du Développement Durable et de l'Energie en 2014 comme action remarquable pour la Biodiversité dans le secteur du tourisme



15 avril 2015

## Mêler tourisme et biodiversité avec le label Biorismo

[Mélusine Lau](#) | 15 avril 2015 • Mis à jour le 15.04.2015 à 7h05

**Les entreprises et structures touristiques désireuses de prouver leur engagement par le biais de labels sont de plus en plus nombreuses... tout comme le nombre de ces labels !** Certains, comme l'Écolabel, La Clef Verte, Green Globe ou encore Gîtes Panda, n'ont plus besoin d'être présentés. **Parmi les plus petits et récents prétendants se trouve Biorismo, une initiative française créée par le cabinet conseil François-Tourisme-Consultants (FTC).**



© François-Tourisme-Consultants

### Le nouveau label d'un cabinet d'expertise reconnu

A l'origine de Biorismo, le label, il y a [Ecorismo](#), un salon annuel dédié aux solutions pour le développement durable dans le tourisme, l'hôtellerie et la restauration. Face au succès de ces rencontres professionnelles, **FTC a décidé de créer son propre label**, afin de proposer aux structures touristiques un accompagnement concret dans leur démarche en faveur du tourisme responsable. **Fondée en 1994 par Philippe François, la société François-Tourisme-Consultants n'a rien d'une débutante** : spécialiste à l'échelle européenne du conseil, des études et de la formation du secteur du tourisme et de l'hôtellerie, elle officie notamment pour l'Écolabel, la Clef Verte ou Green Globe, précédemment cités. **Autant dire que ce spécialiste du développement durable en milieu touristique n'a pas mis les pieds en terre inconnue...**



*Encourager la découverte de la biodiversité dans le cadre de sortie touristique, voilà l'un des objectifs du programme Biorismo.*

**Défini comme "un outil sur-mesure pour les destinations et les activités touristiques", le label Biorismo se veut le guide des professionnels du tourisme, qu'il accompagne dans une démarche de progrès en faveur de la biodiversité. Grâce à une sélection de critères rigoureux et vérifiés dans le cadre d'un audit, les prestataires peuvent se référer à une grille concrète pour progresser. Liés aux trois piliers du développement durable, à savoir l'économie, le social et l'environnement, le respect de ces critères assurent par la suite aux voyageurs le sérieux et l'engagement d'un établissement labellisé Biorismo.**

### **Agir en faveur de la biodiversité**

Comme l'expliquait récemment Philippe François dans *Mille-feuille*, la newsletter de François-Tourisme-Consultant, "***l'ensemble des activités touristiques est très fortement dépendant de la biodiversité. Or, le développement du tourisme peut tout à la fois contribuer à sa dégradation (surfréquentation d'espaces, dérangement d'espèces, artificialisation des sols, transformation des habitats, pollution, épuisement des ressources...), mais aussi être un vecteur fort pour valoriser les espèces et les milieux, découvrir les écosystèmes et leurs richesses.***"



*Philippe François, créateur de FTC.*

Via Biorismo, FTC espère fédérer les acteurs du tourisme autour de la préservation de la biodiversité, et d'entrer dans une démarche globale de développement durable. **C'est avant tout dans l'optique d'agir et d'aider concrètement les futurs labellisés que FTC a décidé de mettre en place ce label** : ainsi, il se présente désormais comme un véritable acteur, et non plus seulement un "accréditeur", du tourisme durable et de son avenir en France.

Pour en savoir plus sur les démarches de labellisation, rendez-vous sur [le site de Biorismo](#).

20 avril 2015



24 avril 2015

## HOTELEAN : Un nouveau concept en hôtellerie



A l'heure où la compétitivité dans l'hôtellerie s'avère de plus en plus rude, l'efficacité organisationnelle et l'amélioration de la performance commerciale seront des atouts indéniables pour survivre à ce contexte macroéconomique aussi difficile. Le cabinet-conseil FRANCOIS-TOURISME-CONSULTANTS spécialisé dans les solutions en développement durable pour les entreprises de l'hôtellerie et du tourisme innove cette année à lançant un nouveau produit appelé **HOTELEAN®**. Un concept qui intègre la méthode industrielle "Lean Six Sigma" à la gestion hôtelière classique.

Depuis Internet et le yield management, par exemple, peu de nouvelles solutions ont été apportées à la gestion des entreprises hôtelières (camping, restaurant, résidence,...). On remarque cependant que l'environnement économique et social a bien changé depuis 10 ans. Aussi conviendrait-il d'adapter, ou de 'moderniser' nos anciennes méthodes? Pour répondre à cette question légitimement partagée par une grande partie des hôteliers du monde entier, les experts du cabinet FTC ont décidé de faire un pas en avant dans ce domaine grâce à leur expérience depuis 20 ans dans le conseil et la formation en solutions "développement durable". *"En partant de deux sources", précise Philippe FRANCOIS, Directeur de FTC, "d'une part les acquis de la gestion hôtelière actuelle, et, d'autre part, notre vision plus large, plus 'généreuse', vers ce que nous appelons la 'rentabilité hôtelière globale' "*.

Ceci exige une méthode d'organisation précise, tout en restant néanmoins simple. Cette méthode, les experts de FTC ont allé la chercher dans l'industrie lourde internationale. Elle s'appelle "Lean six Sigma ». *L'enjeu était d'imaginer l'intégration de "Lean 6 Sigma" à l'amélioration de la gestion, à l'efficacité commerciale et à l'organisation globale d'un hôtel - je pense que HOTELEAN répond parfaitement à cet enjeu",* confirme Philippe FRANCOIS.



Philippe François

Plusieurs processus de management ont été repensés par ce concept notamment la valorisation des compétences et leur contribution à l'atteinte des objectifs de l'organisation, la part de chaque employé dans la réalisation des objectifs fixés par les managers et les actionnaires. Ce sont des exigences de plus en plus vitales pour l'hôtellerie d'aujourd'hui.

*"Dans cette méthode, la gestion inclut l'ensemble de l'organisation et mesure les résultats des bénéfices obtenus par les initiatives de chacun",* explique Christophe SCHÖNHOLZER, consultant FTC en efficacité des organisations et management des risques dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration. Christophe est également certifié "Black Belt" en Lean 6 Sigma. Ainsi, développer un processus dit "Lean" intègre la perception du "flux de valeurs" du produit ou du service vue par l'œil du client. L'enjeu est de savoir ajuster en permanence les processus de fonctionnement et de s'adapter aux évolutions des exigences commerciales.

A cet égard, Christophe SCHÖNHOLZER prend un exemple : *"supposons la révolution de la dématérialisation dans le secteur de l'hôtellerie, de la restauration ou du camping – celle-ci exige une adaptation des processus – mais comment y répondre? – et quelles orientations sont les plus judicieuses ?"*

Sans aucune complication de logiciels contraignants, la méthode HOTELEAN accompagnera demain l'entreprise hôtelière dans l'optimisation de son organisation et de ses résultats.

Afin de lancer ce nouveau concept managérial, orienté vers les entreprises hôtelières, sur le marché, une conférence a été programmée pour le mardi 02 juin 2015 à l'ESG de Paris.



**Rédacteur:** la rédaction

24 avril 2015

## Hotelean : un nouvel outil pour aider les hôteliers à gérer leurs établissements

un service lancé par François-Tourisme-Consultants

Le cabinet de consultants et d'experts François-Tourisme-Consultant va lancer Hotelean, un nouveau service destiné aux hôteliers pour les aider dans la gestion de leur établissement.



Pour aider les hôteliers à gérer leurs établissements le cabinet d'experts [François-Tourisme-Consultants](#) (FTC) lance un nouveau produit : **Hotelean**.

Il intègre la méthode industrielle « **Lean 6 Sigma** » à la gestion hôtelière classique.

"Dans cette méthode, la gestion inclut l'ensemble de l'organisation et mesure les résultats des bénéfices obtenus par les initiatives de chacun", explique Christophe Schönholzer, consultant FTC en efficacité des organisations et management des risques.

**Cet outil va ainsi permettre aux hôteliers d'ajuster en continu leurs processus de fonctionnement et de s'adapter aux évolutions des exigences commerciales de leur activité.**

Il sera plus amplement présenté lors d'une conférence programmée à Paris le 2 juin 2015.

Rédigé par La Rédaction le Vendredi 24 Avril 2015

12 mai 2015

**(24 - Périgueux) - François-Tourisme-Consultants lance le concept HoteLean** 12/05/2015

Territoires : [Dordogne](#) // Secteur : [Hôtellerie - Restauration](#)  
Publication : COMMUNIQUE DE PRESSE - 12/05/2015

Le cabinet-conseil FRANCOIS-TOURISME-CONSULTANTS, dont le siège est à Périgueux-Trélissac, spécialisé dans les solutions en développement durable pour les entreprises de l'hôtellerie et du tourisme innove cette année en lançant le concept "hoteLean®". Ce service intègre la méthode industrielle "Lean Six Sigma" à la gestion hôtelière classique. "Dans cette méthode, la gestion inclut l'ensemble de l'organisation et mesure les résultats des bénéfices obtenus par les initiatives de chacun", explique Christophe SCHÖNHOLZER, consultant FTC en efficacité des organisations et management des risques dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration.

Téléchargez le fichier  PARTAGER    ...

**Fash-Infos**



01 juin 2015

## TOURISME : François-Tourisme Consultants lance un nouveau service

ECRIT PAR [FLASH INFOS](#) SUR 12 MAI 2015. PUBLIÉ DANS [INFORMATION ECONOMIQUE AQUITAINE](#)

Le cabinet-conseil [FRANCOIS-TOURISME-CONSULTANTS](#) / T : 05.53.54.49.00 (siège à Périgueux-Trélissac/24), spécialisé dans les solutions en développement durable pour les entreprises de l'hôtellerie et du tourisme innove cette année en lançant le concept "hoteLean®". Ce service intègre la méthode industrielle "Lean Six Sigma" à la gestion hôtelière classique. Dans cette méthode, la gestion inclut l'ensemble de l'organisation et mesure les résultats des bénéfices obtenus par les initiatives de chacun. [www.francoistourismeconsultants.com](http://www.francoistourismeconsultants.com)

## — 8 Nouvelles brèves

LA VIE ECONOMIQUE N° 2145 - MERCREDI 24 JUIN 2015

### TOURISME

#### UNE NOUVELLE MÉTHODE DE MANAGEMENT

24



En ce début de saison touristique, le cabinet-conseil **Francois-Tourisme-Consultants (FTC)**, basé à Trélissac, innove en lançant **hotelean®** : cette méthode de management, présentée dans l'amphithéâtre de MBA ESG à Paris, permet d'améliorer la gestion, l'efficacité commerciale et l'organisation globale d'un hôtel, d'un camping ou d'un restaurant. Depuis Internet et le yield management (gestion rendement), la gestion des entreprises hôtelières, camping, restaurant ou résidence, a rencontré peu de nouvelles solutions alors même que l'environnement économique et social a beaucoup évolué en dix ans. Forts de vingt ans d'expérience dans le conseil et la formation orientés vers le développement durable, les experts de FTC ont fait un pas en avant dans ce domaine pour adapter les anciennes méthodes de management. Ce nouveau service intègre la méthode industrielle «Lean Six Sigma» à la gestion hôtelière classique, méthode qui a permis à de très nombreuses marques mondiales de l'industrie de devenir numéro un dans leur domaine. Aux côtés de Philippe François, directeur de FTC et consultant en management hôtelier, c'est Christophe Schönholzer, Consultant FTC en efficacité des organisations et certifié Black Belt Lean Six Sigma, qui assure ce service.

03 juillet 2015

### Tripadvisor: ces cinq conseils pour bien réussir vos sorties

Voter  
0

Publié le vendredi 03 juillet 2015 à 06h35

Réagir Imprimer Envoyer Partager



Gare aux limites du site de Tripadvisor (Photo Thierry Squillario)

Alors pour bien utiliser ce service, il faut :

#### 1. Ne pas se contenter de la note

Ne vous limitez pas à la note. Lisez les commentaires, bons ou mauvais.

#### 2. Savoir faire une moyenne entre deux avis

Un commentaire dans la catégorie "horrible" ne veut pas dire que l'établissement n'est pas à la hauteur. Faites une moyenne entre les différents avis.

#### 3. Savoir relativiser

Un avis particulièrement négatif vous interpelle? Vous pouvez regarder les autres avis postés par ce client. S'il n'y en pas, relativisez son importance

#### 4. Savoir faire la part des choses

Il faut prêter attention à ce qui est reproché à l'établissement que vous visez. Tout le monde n'a pas les mêmes envies, les mêmes goûts, les mêmes préférences et ni le même porte-feuille!

#### 5. Ne pas hésiter à comparer avec plusieurs sites

N'hésitez pas à comparer sur plusieurs sites Internet, comme [intemautie.com](http://intemautie.com) ou [lafourchette.com](http://lafourchette.com) pour la restauration.

La plateforme américaine, Tripadvisor a révolutionné la relation entre le client et les patrons d'établissements. Pour autant, le site présente quelques failles, d'où l'importance de bien savoir utiliser ce service. Nos cinq conseils pour optimiser vos sorties ou vos voyages.

Fondé en 2000, Tripadvisor s'inscrit dans la mouvance des sites communautaires. Le principe: n'importe quel consommateur peut se connecter à la plateforme et laisser un commentaire et une note sur un établissement ou une attraction touristique. Un classement est ensuite établi d'après la note moyenne, pondérée par le nombre et la fraîcheur de commentaires. Le résultat qui s'établit donc en temps réel.

Alors passés les commentaires dithyrambiques des amis du patron et ceux assassins des concurrents proches, difficiles pour l'internaute de trouver l'établissement qui correspondrait à ses souhaits.

Des journalistes italiens ont mené leur enquête pour démontrer les limites du site. Ils ont ainsi enregistré un faux restaurant et lui ont attribué des notes élogieuses. En quelques jours, il caracolait en tête du classement. De quoi inciter à la prudence. Et d'ailleurs, pour Philippe François, consultant en tourisme, "n'importe qui peut commenter sur n'importe quoi. Aujourd'hui, un client peut ruiner la réputation d'un restaurant"

28 août 2015



Philippe François, consultant tourisme basé à Trélissac, président de l'AMFORHT © DR 2015

## UN PÉRIGOURDIN ET L'HÔTELLERIE INTERNATIONALE

Président depuis cinq ans, réélu en 2014, de l'Association mondiale pour la formation hôtelière et touristique (AMFORHT) Philippe François, à la tête de François Tourisme Consultants (siège à Trélissac), orchestrera du 8 au 11 octobre, le 19e forum international de cet organisme.

Avec plus des deux cents participants d'une trentaine de pays, l'AMFORHT (860 membres dans 54 pays) illustrera sa spécificité de regrouper écoles hôtelières et de tourisme ; entreprises d'hôtellerie et de tourisme, experts, restaurateurs, chefs de cuisine ainsi qu'associations, syndicats et administrations nationales ou internationales de ce domaine.

Ajoutons à cela diverses autres institutions d'hôtellerie, restauration et tourisme ainsi que des associations et organismes gouvernementaux. Les travaux se dérouleront à Palma de Mallorca, aux Baléares. Ils seront organisés par l'association des écoles hôtelières espagnoles, Anestur, et l'Ecole universitaire de tourisme Felipe Moreno.

### **La solution par l'innovation**

Le thème ? « La solution par l'innovation », ce qui pour Philippe François est « à la croisée des chemins de l'AMFORHT » tournée certes vers la formation mais aussi la création de nouveaux réseaux. Ce que Martine Ferry, première vice-présidente de l'AMFORHT (NDLR : quel nom, pourquoi pas un autre ?) résume ainsi : « Nous visons à la fois des relations professionnelles innovantes et la création de projets entre les adhérents, jumelages, stages, conférences, emplois, partenariats... »

De façon plus ponctuelle, Hélène Verdet, déléguée générale salariée de l'association, explique que « ce congrès annuel a pour but de permettre à tous les participants de mieux se connaître et

éventuellement d'échafauder des plans ensemble ; débattre sur les bonnes pratiques, les nouveautés et le savoir-faire international entre professionnels, experts, institutions et écoles ; échanger sur le thème de l'innovation lors de conférences et ateliers thématiques »

Voilà pour l'aspect « intentions » de ce forum qui se veut attaché aux valeurs humaines et constitue désormais un réseau d'affaires unique pour chacun des membres.

Les mots et les réalités

Mais Philippe François sait bien aussi que, par-delà les mots, les réalités du tourisme sont bien là, avec leur cortège de contraintes liées à la crise ; Il pense justement qu'il ne sert à rien de se lamenter dans son coin. Lui-même encourage des projets qui lui paraissent porteurs qu'il s'agisse d'un musée de site à Cro-Magnon aux Eyzies, d'un établissement de camping écologique Huttoopia en forêt de Lanmary, ou encore du développement du rendez-vous international d'Ecorismo de tourisme environnemental.

Comme si le tourisme de demain passait par la solidarité d'aujourd'hui...

Alain Bernard

[alain.bernard2348@orange.fr](mailto:alain.bernard2348@orange.fr)

15 avril 2015

## Philippe François : l'homme qui voulait remettre l'homme au centre de... tout !

[Jerome Bourguin](#) | 21 septembre 2015 • Mis à jour le 02.12.2015 à 14h06

Thématique : [Acteur privé](#) [Formations](#) [Ingénierie](#) [Labels](#) [Portrait](#) [Tourisme de masse](#)

**Pionnier d'un tourisme plus responsable, Philippe François a créé voici 20 ans un cabinet de conseils travaillant avec les petits parcs naturels comme les plus grands groupes hôteliers et essaime aujourd'hui ses bonnes pratiques dans le monde entier. Passionné de pédagogie, créateur d'une vingtaine d'écoles hôtelières et convaincu que le Développement Durable devrait être enseigné dès le CAP, si vous demandez à François Philippe pourquoi il a choisi le DD, il vous répondra : « *Parce qu'il génère davantage de bonheur ; tout simplement* ». Rencontre avec un changemaker qui peut dormir du sommeil du Juste...**



**Voyageons Autrement :** Quel a été votre parcours et quel est aujourd'hui votre quotidien ? Qui sont les clients de votre cabinet ?

**Philippe François :** L'essentiel de mon parcours initial s'est effectué dans l'hôtellerie. J'ai commencé comme chef de rang et suis devenu quelques années plus tard directeur d'un Novotel avant de me diriger vers le conseil, à la chambre de commerce de Bordeaux, entre autres. Mon horizon s'y est élargi au tourisme tout entier et ma passion pour la formation et la pédagogie a pu prendre son envol. Comme j'avais mis au point un certain nombre de modules d'apprentissage, on m'a proposé de prendre en charge la création de l'école de management hôtelier de Savignac, près de Périgueux, qui est aujourd'hui devenue une référence. Ce furent sept années magnifiques, suite auxquelles je regagnais le domaine du conseil et me mis à créer d'autres écoles hôtelières, partout dans le monde, 20 ou 21 en tout, je crois, ainsi que des programmes hôteliers pour divers pays et régions. Président de l'AMFORHT, l'Association Mondiale de Formation Hôtelière et Touristique, je reste d'ailleurs très actif en matière de formation, mon domaine de prédilection.



Et puis, il y a 21 ans donc, j'ai créé ma propre agence, François Tourisme Consultants, spécialisée en gestion hôtelière et aménagement touristique. Nous sommes aujourd'hui une vingtaine à y travailler, sachant que, dès le départ, j'avais clairement défini notre mission : aider les acteurs du tourisme à optimiser leurs résultats en intervenant *uniquement* à travers des solutions liées au développement durable. Nos clients sont aussi bien des groupes hôteliers, casinos, resorts ou camping que des offices de tourisme, parcs nationaux, stations de ski ou... pays. On a ouvert cinq ou six antennes à l'étranger, déjà. Quant au quotidien... eh bien regardons simplement les mails du jour... (*Philippe François les fait défiler sur son mobile*)... et citons par exemple... l'aménagement du site du Piton de la Fournaise, à la Réunion – un gros dossier, comportant beaucoup de choses à prendre en compte)... le projet du groupe Partouche de créer une structure dédiée au mécénat... un restaurateur très en vue qui aimerait travailler sur la biodiversité dans la gastronomie – intéressant, non ?... et puis là, un office de tourisme qui envisage de labelliser sa station balnéaire en tourisme responsable. Parce qu'en cours de route, assez logiquement, j'ai créé une structure qui organise des salons professionnels dédiés au tourisme durable : [Ecorismo](#) ; ainsi qu'un label et une méthodologie pour avancer sur ce chemin : Biorismo, deux « marques » maison, donc.



**VA :** Pourquoi vous être tourné *exclusivement* vers le Développement Durable ? Pourquoi n'agir qu'à travers cette approche respectueuse en refusant les dossiers dont l'objectif est économique, ou même culturel, mais sans prise en compte de la durabilité ?

**PF :** Cela s'est imposé à moi lors de la création de l'école de Savignac ; j'imaginai alors une « grande école à la campagne », idéale, et ai réalisé en me plongeant dans ce projet à quel point l'aménagement du territoire était une dimension essentielle d'un projet de ce genre. Dans le même temps, comme je réalisais des expertises internationales pour les Nations Unies, j'ai pu constater combien de (grosses !) bêtises avaient justement été faites en matière d'aménagement du territoire jusque-là. Dès lors, pour moi, il ne fut plus question de traiter quelque dossier que ce soit sans tenir compte des conséquences à terme.

J'étais si passionné par ce que j'explorais que le Programme des Nations Unies pour l'Environnement m'a demandé de venir faire une conférence à son siège, à Nairobi, sur l'importance de la prise en compte de l'environnement dans le développement touristique. Suite à cette conférence, le directeur du programme m'a fait remarquer qu'il n'existait aucun ouvrage sur le sujet, « *Il faut absolument que tu l'écrives !* » m'a-t-il dit. Ce que j'ai fait. Et j'en ai écrit 18 autres depuis. De plus en plus pratiques et concrets pour être aussi efficace que possible (tous disponibles gratuitement sur le site, nda). Du genre : « Les casinos misent sur l'ergonomie »... Si vous saviez comme c'est pénible d'être croupier ! Ce guide là est entièrement dédié au bien-être du personnel touristique. Il existe de ce point de vue une équation simplissime qui est devenu mon cheval de bataille : **1 employé heureux = 1 client heureux = 1 actionnaire heureux**. Cela peut paraître simpliste, mais une fois mis en pratique, le bien-être des employés étant devenu une vraie priorité, voire LA priorité, tous les grands groupes qui nous suivent, d'[Accor](#) au [Club Méd](#), savent que le calcul est juste.

Il commence là, le développement durable, par le respect et la sécurité de l'employé de base ; ce que je rappelle lorsque j'interviens dans des CAP de cuisine : « *Si vous voulez moins d'accidents, utilisez des couteaux bien aiguisés, rien de pire qu'un couteau qui ne coupe pas* ».



**VA :** Avez-vous l'impression qu'au cours des vingt années écoulées, l'idée du Développement Durable a fait du chemin dans le tourisme ?

**PF :** Elle *commence* à faire son chemin. 20 ans après l'apparition des premiers labels, on en est encore au commencement, mais on a mis au point de remarquables boîtes à outils et organisé les process de manière réellement efficace, en s'inspirant des systèmes lean d'optimisation des années 80, ce qui fait qu'un hôtel par exemple est aujourd'hui tout à fait en mesure de fonctionner en étant parfaitement vertueux : économisant au maximum les ressources, recyclant ses déchets, s'approvisionnant localement, respectant son personnel, etc. Aujourd'hui, on sait faire Durable, aussi bien pour un géant comme Accor que pour le camping des 3 canards. Petit à petit, les stations touristiques, les investisseurs, les territoires sont de plus en plus convaincus d'intégrer le DD à leurs projets, même si je préfère, moi, parler de tourisme responsable plutôt que durable, la partie sociétale étant à mes yeux essentielle. D'ailleurs, des trois volets du tourisme responsable : l'économique, l'environnemental et le sociétal, c'est sur ce dernier que j'insiste toujours : « *Quel place pour l'homme dans votre projet ?... Vous voulez créer un resort au nord d'Agadir, pas de problème, mais où allez-vous loger le personnel ?... les camps de caravanes plantés à 20km des établissements où travaillent les gens, ce n'est plus possible* » (je pense à une station de ski, en France...). Cette primauté du sociétal et de l'humain est d'autant plus importante que nous vivons une époque où les gens sont de plus en plus stressés dans leur travail. Et qui va s'en soucier si ce n'est, d'abord, des acteurs comme nous dont c'est précisément le rôle ? Et lorsque les gens ont du mal à franchir le pas, imaginant que l'argent dépensé au service du personnel était gaspillé, je leur rappelle l'équation de base : « *de nos jours, ce n'est plus le client qui est roi, mais l'employé car... 1 employé heureux = 1 client heureux =... etc.* ».

Voyez également ce qui s'est passé en Tunisie, à une époque où travailler dans le tourisme comporte des risques mortels ; la sécurité – sous tous ses aspects – va devenir un enjeu capital pour les entreprises.



**VA :** Et Ecorismo ? Ces forums et salons dédiés au tourisme durable que vous aviez lancés... Vous avez été obligé d'annuler la 8<sup>ème</sup> édition, à Nantes, en 2013. A cause de la crise ?

**PF :** En partie. Nantes était cette année-là « capitale européenne de l'environnement » et nous avait en conséquence demandé de monter un Ecorismo chez eux. Mais l'évènement « capitale européenne... » n'a pas rencontré la portée espérée, tant s'en faut, et il a fallu annuler. Le prochain salon Ecorismo aura finalement lieu au Canada, en 2017. Il faut plus d'un an pour monter un tel salon et chaque projet réclame tellement de temps... Et puis le monde bouge, il nous faut évoluer avec lui. A la demande des fournisseurs de l'économie verte en recherche de visibilité, Ecorismo est en train de devenir un label (en plus de salons) et le site Ecorismo sera la vitrine de tous ces fournisseurs : fabricants de cabanes en bois, de stylos en amidon de pomme de terre, etc. Un site sur lequel les acteurs du tourisme viendront faire leur marché. Alors, je sais, oui, les labels : il y en a déjà plein, trop disent certains... Mais personnellement, je n'ai rien contre, car à ce moment de notre évolution collective, ils sont autant de fils rouges tirant les gens vers le mieux, finalement moins important en eux-mêmes que par les améliorations qu'ils permettent à chacun d'effectuer... Le Moyen-Orient, aussi, voudrait bien son Ecorismo... mais on s'en occupe quand ?!... Je dois déjà me battre, au quotidien, auprès des écoles, pour faire évoluer les règles de base. On a ainsi parlé du couteau qui coupe, des croupiers, mais savez-vous ce qu'endure un barman de night-club ? les problèmes d'audition qui l'attendent ?... Et ces femmes de chambre qui portent toujours le linge humide sur la même épaule, à la longue... Tous ces problèmes de dos qu'on connaît dans la profession ? On règle mille petits problèmes chaque année, partout et c'est très chronophage. Tiens, Courte-Paille vient de nous suivre sur le changement d'architecture de ses restaurants, ergonomie oblige : marches inutiles et revêtement de sol qui n'était absolument pas adapté aux semelles des serveurs. Cela paraît fou dit comme ça, de ridicules détails, et pourtant, cela change... tout !

**VA :** Vous avez ouvert plusieurs bureaux à l'étranger : Tunisie, Maroc, Madagascar... En quoi est-il si important pour vous d'être présents à l'international ?

**PF :** Pour nous nourrir d'initiatives nouvelles, observer, découvrir, apprendre ! Relativiser et discerner la valeur des différents enjeux selon les cultures également. Nous avons organisé une conférence sur la parité homme-femme dans le tourisme en Tunisie, par exemple et c'était extrêmement instructif. La conception du développement durable et ses priorités varient selon le pays où vous vous trouvez ; nous avons actuellement divers projets en Russie, au Canada ou encore en Australie, pays pionnier en matière de DD mais qui, depuis quelques années, stagne. La Chine est également demandeuse, mais là, c'est plus difficile, tout y est tellement différent... Et puis, comme je le disais, on manque terriblement de temps. C'est d'autant plus dommage que travailler sur des challenges inhabituels représente souvent l'occasion de mettre au point de nouveaux outils ensuite utiles à tous...

**VA :** Avez-vous l'impression que le discours lié au DD rencontre plus facilement l'oreille de vos clients qu'il y a quelques années ?

**PF :** C'est évident. Mais, dans le même temps, l'époque a changé : tout le monde, aujourd'hui, veut des résultats quasi instantanés, que les solutions qu'on leur propose soient non seulement efficaces, mais quasi immédiates ! Or le DD avance lentement. Et puis, si l'ensemble de la profession est désormais sensibilisée, depuis la crise de 2009, les priorités ont évoluées et le nouveau site internet, directement lié à la commercialisation, passera toujours avant la durabilité. Seuls les acteurs qui marchent bien économiquement, comme le Puy du Fou par exemple, ont incorporé le DD au cœur même de leur stratégie de croissance.

**VA :** En dépit des aléas et des difficultés inhérentes à votre position de pionnier, est-ce que porter des valeurs fortes, centrées sur l'humain et essayer d'en faire la règle commune vous aide, vous, personnellement, au quotidien, à affronter cette masse de travail ?

**PF :** Savoir que les commis de cuisine se coupent moins, que les serveurs portent des souliers adéquats et que les barmans entendent mieux m'aider un peu à m'endormir, oui, tout comme le fait d'œuvrer au service d'un tourisme responsable dont il est évident qu'il amène davantage de bonheur – pour tous ! Et c'est précisément pour cette raison qu'il est essentiel que les écoles s'en emparent dans leur enseignement, le plus tôt possible, dès le CAP, donc. Mais nombre de structures sont tellement rigides qu'il leur faut des années pour changer une seule ligne programme. C'est aussi pour cela, pour pouvoir plus facilement entrer dans les écoles, que toutes nos publications sont conçues sous un angle pédagogique, et téléchargeables gratuitement sur notre site ! C'est cela aussi la durabilité : cette économie de l'usage et du partage qui se met en place. Je crois beaucoup à cette économie collaborative de la gratuité. Elle réclame, certes, des règles et valeurs humaines fortes pour fonctionner, mais permet de créer de grandes choses, de manière non dévastatrice. D'évidence, il conviendrait de nos jours que chaque école hôtelière ou de tourisme soit elle-même labellisée durable !

---

**François Tourisme Consultants**

<http://www.francoistourismeconsultants.com/fr>

# Domfront

## SONDAGE. Les Domfrontais invités à s'exprimer sur le tourisme et le territoire

Les habitants du Domfrontais sont invités à donner leur perception du tourisme et du territoire, à travers un sondage mis en ligne sur le site de l'Office de tourisme.

Un sondage sur le tourisme et le territoire est mis en ligne jusqu'en fin d'année sur le site de l'Office de tourisme du Domfrontais, du Bocage de Passais et du Pays d'Andaine. Les habitants peuvent y répondre dès maintenant.

### Questions-réponses

Dix questions leur sont posées. Par exemple : Quels sont les trois principaux atouts du territoire ? ; Quels sont les principaux freins au développement touristique du territoire ? ; Que manque-t-il au Domfrontais pour être plus attractif ? ; Qu'est-ce qui motive le voyage touristique en Domfrontais ? ; Quel mode d'hébergement privilégieriez-vous sur le Domfrontais ? Citez trois adjectifs qui caractérisent Domfront et ses environs ?... Toutes les réponses seront ensuite étudiées et analysées par la société François Tourisme consul-



Pendant la table ronde du 6 octobre dernier avec les élus et acteurs du tourisme.

tants qui a été mandatée par la Communauté de communes du Domfrontais pour réaliser un schéma de développement touristique du territoire à horizon 2020.

### Des enjeux

Cette étude de position-

nement touristique qui coûte 17 940 € est financée par la Région (8 000 €), la Chambre de commerce et d'industrie (4 885 €) et la Cdc du Domfrontais (5 055 €). Ses enjeux : « Elle intervient au même moment que des discussions sur le nouveau périmètre des intercom-

munalités et la future mise en œuvre de la loi NOTRe imposant aux communautés de communes, la prise de la compétence tourisme et la création d'offices de tourisme communautaires au 1<sup>er</sup> janvier 2017 », explique-t-on du côté de la Cdc du Domfrontais.

### Un pré-diagnostic

Au terme d'un pré-diagnostic, la Société François Tourisme consultants a réuni autour de la table le 6 octobre dernier, une trentaine d'élus des Cdc du secteur et acteurs du tourisme (restaurateurs, hébergeurs, associations qui œuvrent pour le tourisme...) à la mairie de Domfront. Les premiers éléments ont été présentés. « Il en ressort des points négatifs comme l'éloignement des axes de circulation, des autoroutes, d'une gare ou d'un aéroport, mais aussi des points positifs, à savoir le Domfrontais jouit d'une qualité de vie et des paysages préservés. Si le territoire présente un fort potentiel, il manque d'ambition en terme de communication. Un point à améliorer s'orientant vers davantage de modernité et attractivité », commente la Cdc. Dans un second temps,

un atelier de travail a été mis en place sous la forme d'une réflexion créative autour des points forts du Domfrontais, de son identité et de l'offre touristique à développer (identité juridique de l'Office de tourisme, atouts du territoire...).

### Des axes stratégiques

Ce sondage qui est un point d'échange important permet l'implication des habitants. Il confortera ou permettra de compléter le diagnostic en cours de finalisation.

Les prochaines étapes sont une validation des constats début novembre puis un travail de scénarisation des axes stratégiques.

La mission se terminera par la mise en œuvre d'un plan d'actions opérationnel en faveur du tourisme sur le territoire.

Nathalie Guérin

## Entreprises de Dordogne et COP 21

11/2015

PHILIPPE FRANÇOIS, ELU CCI DE LA DORDOGNE



Face à l'enjeu mondial de la COP 21, les entreprises de Dordogne ont un rôle essentiel à jouer. Non, l'environnement, n'est pas le problème des autres, c'est le problème de chacune de NOS entreprises.

La 21<sup>e</sup> Conférence de tous les États adhérents à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques - appelée la COP 21 - se tient en France jusqu'au 11 décembre prochain. L'objectif global et mondial serait d'aboutir à un nouvel accord international sur le climat afin de maintenir le réchauffement mondial en deçà de 2°C.

Imaginée à Rio en 1992, cette Convention-cadre est entrée en vigueur le 21 mars 1994. Concrètement, cette dynamique est mise en œuvre dans les entreprises par des démarches dites « environnementales » ou de « Développement Durable » (DD) ou encore appelée de « Responsabilité Sociétale de l'Entreprise et du Territoire » (RSE).

Depuis maintenant une dizaine d'années, les faits mettent en évidence que, d'une part, toutes les grandes entreprises adhèrent et ont implémenté une démarche RSE, et que d'autre part, les PME et TPE ont pris elle-même le pas et ont largement engagé leur conversion environnementale. En Dordogne également, la dynamique environnementale s'installe progressivement dans toutes les entreprises telles qu'en attestent les questions reçues à la CCI dans ce domaine.



Sur un plan très opérationnel de quoi s'agit-il ? Adopter des éco-gestes, utiliser des produits bio, mesurer ses consommations, former ses équipes, sensibiliser ses fournisseurs, réduire les gaspillages, justifier de cette démarche auprès de ses clients, ... Notons bien que de nos jours, une démarche RSE ne vous apportera pas plus de clients. En revanche, votre client trouvera suspect que vous ne soyez pas en démarche RSE ! Une démarche qui comporte de nombreux aspects, pas forcément environnementaux d'ailleurs. La démarche RSE vise un comportement éthique des affaires. Elle favorise la transparence et le dialogue auprès des acteurs de l'entreprise : clients, fournisseurs, actionnaires, banques, assureurs, mais aussi riverains, pouvoirs publics et collectivités, associations...

Pour faire face à la globalisation et aux évolutions du marché, les entreprises et les PME devront s'adapter aux mutations des secteurs de l'économie pour rester :

- économiquement viables,
- innovantes et améliorer les processus de production,
- économes en ressources naturelles et énergétiques,
- respectueuses de leur capital humain,
- éthiques d'un point de vue business et sociétal.

La tendance actuelle est à l'augmentation de la valeur économique « qualitative » de l'entreprise (éthique, réputation, marques, brevets, clients, capital humain, système d'information, capital environnemental, partenaires...) aux dépens de la valeur économique « quantitative » (actif, carnet de commandes, trésorerie...).

Oui, les entreprises de Dordogne, Pays de l'Homme, pays de culture, pays de nature sont nombreuses à s'engager aujourd'hui dans ces démarches et ainsi, participeront-elles, chacune à leur niveau, aux objectifs de la COP 21 !

2 décembre 2015

## Tourisme et Biodiversité : un couple naturel ? Entretien avec Philippe François...

[Jerome Bourguin](#) | 2 décembre 2015 • Mis à jour le 02.12.2015 à 14h26

Thématique : [Acteur privé](#) [Conseils](#) [Formations](#) [Portrait](#) [Tourisme de masse](#)

**Pionnier d'un tourisme plus responsable, passionné de pédagogie, créateur d'une vingtaine d'écoles hôtelières et d'un cabinet de conseils, Philippe François travaille avec les petits parcs naturels comme les plus grands groupes hôteliers et essaie ses bonnes pratiques dans le monde entier. Voyageons-Autrement a eu envie de le retrouver régulièrement pour aborder avec lui quelques sujets sensibles. Au menu du jour : les relations délicates entre tourisme et biodiversité...**



**Voyageons Autrement :** La biodiversité de notre planète est en péril. Même si l'impact du tourisme n'est pas le plus important, ce secteur d'activité pèse lourdement sur l'écosystème planétaire. Le bassin méditerranéen par exemple va passer de 200 à 325 millions de touristes dans les dix prochaines années. Que faire ?

**Philippe François :** Limiter les dégâts du tourisme sur la biodiversité. Que faire d'autre ? Dès que l'homme bouge, il nuit à la biodiversité, les touristes plus encore que les citoyens lambda ; c'est ainsi. Il n'existe donc pas d'autre solution qu'effectuer inlassablement un travail de sensibilisation qui finit toujours par porter ses fruits et faire évoluer les habitudes : il en va ainsi pour les abeilles, les économies d'énergie, la pêche, les déchets... C'est d'autant plus logique dans le cas de la biodiversité que le secteur du tourisme a un intérêt direct à préserver cette biodiversité qui représente une partie considérable de son fonds de commerce : l'immense majorité des lieux de tourisme étant naturels : mers, montagnes, campagne...

**VA :** Les besoins en eau d'un hôtel hébergeant 100 touristes durant deux mois sont ceux de 100 familles rurales durant 3 ans. A Marrakech, les sur-prélèvements dans la nappe phréatique pour irriguer golfs et piscines ont décimé les palmeraies et leur faune. Plus de la moitié des pays les plus pauvres au monde sont des hot-spots de biodiversité. Comment concilier les bienfaits du tourisme et ses nuisances ? Qui doit décider ? Réglementer ? Agir ? Contrôler ?...

**PF :** Le poids des efforts à effectuer doit évidemment porter en priorité sur ceux qui font des affaires grâce à la nature ; ces professionnels du tourisme qu'il faut sensibiliser et former, à qui, surtout, il faut apporter des outils concrets à l'éco-management de la biodiversité. Dès le stade du projet, il faut imaginer l'impact, trouver les solutions les plus vertueuses et, parfois, modifier radicalement son projet initial. Lors d'une mission en Jordanie, le ministre du tourisme m'a demandé ce que je pensais de son projet d'ouvrir un hôtel de 2000 chambres à l'entrée du Wadi Rum, ce désert mythique ; un endroit certes magnifique, mais très pauvre en eau et à l'équilibre écologique fragile. Je lui ai conseillé d'installer plutôt son établissement près d'Aqaba, pour préserver la beauté naturelle du site. Et c'est finalement ce qu'ils ont fait. Il faut donc sensibiliser sans relâche : les investisseurs et le monde économique : ne tuez pas la poule aux œufs d'or !... Intervenir également auprès des gouvernements pour qu'ils légifèrent et, pourquoi pas ? agir au niveau mondial, en complétant par exemple les codes éthiques actuels dont le volet sociétal est très important déjà et dans lesquels il faudrait faire figurer la protection de la biodiversité comme une priorité. D'autant qu'ainsi que le constateront ceux qui prennent la peine de consulter notre guide (gratuit !) « [Biodiversité & tourisme](#) », on peut agir avec peu de moyens, s'agissant principalement de choses à *ne pas* faire. Et puis la biodiversité peut être positive, excellente pour l'image de marque, raison pour laquelle un certain nombre d'hôtels la prennent de plus en plus en considération. Après des décennies où l'on n'a pas su se limiter, raisonner et protéger par avidité (disparition des civelles, écrevisses, etc.), certaines espèces commencent de réapparaître en certains lieux. C'est encourageant.



**VA :** Il y a également l'attrait vers le peu de vie sauvage restante. Jean-Louis Etienne, entre autres, tire la sonnette d'alarme : le tourisme polaire, pourtant très bien organisé, atteint aujourd'hui ses limites en nombre de personnes et de non-impact sur l'environnement. Il craint, comme cela a déjà conduit à une catastrophe environnementale pour l'Everest, que, face à l'afflux d'argent, les acteurs locaux ne sachent pas dire stop. Même problème avec le whale watching ou les grands parcs animaliers qui rencontrent un succès légitime et croissant. Qui doit décider des quotas de touristes supportables et les faire appliquer ? Certaines régions du monde doivent-elles devenir des sanctuaires protégés où l'homme ne va plus... du tout ?

**PF :** Il est très difficile de répondre à cette question. J'ai travaillé sur le sujet en [Jordanie](#) donc, à Petra où vous voyez défiler 5 à 8000 personnes par jour. Au Rwanda, où œuvrait Dian Fossey, ils ont choisi la mauvaise solution : laisser approcher les gorilles par moins de touristes mais en leur faisant payer ce droit d'accès un prix exorbitant, alors que d'évidence, la priorité est de sauver les derniers gorilles, donc d'interdire l'accès à tous ceux qui peuvent les déranger. Les régions en guerre sont bien déconseillées aux touristes ; il faut faire la même chose avec celles qui sont écologiquement trop

fragiles. C'est à nous, T.O et professionnels du tourisme de prendre cette décision responsable : est-ce que j'emmène mes clients au pied d'un volcan en éruption ?... Non. De la même manière qu'on évite les dangers liés à la nature quand c'est elle qui nous menace, il convient de les éviter lorsque c'est nous qui représentons cette menace. Raison pour laquelle, par exemple, je suis (par expérience, pour en avoir étudié les effets négatifs) peu favorable à cette forme « d'écotourisme » consistant à immerger les gens dans des lieux soit disant sauvages : « *Vivez une semaine avec d'authentiques Massai !* ». Et emmenez vos enfants avec leurs smartphones, jeux vidéos et chewing-gum ! Certains lieux sont propices au tourisme, dans d'autres, on doit juste laisser les gens vivre, respectueusement.

**VA :** Peut-on, selon vous, attendre le salut des touristes eux-mêmes ? Comment faire pour les inciter à opter pour un tourisme durable, si possible équitable et solidaire ?

**PF :** Ce n'est pas gagné, mais il faut bien entendu travailler cette dimension essentielle. Là aussi, il faut inlassablement informer et utiliser tous les médias disponibles. Je me souviens très bien du petit dépliant que l'on m'a distribué dans l'avion avant notre arrivée en [Haïti](#). Y figurait l'essentiel de ce qu'il fallait *vraiment* éviter de faire : acheter des carapaces de tortue, manger des bébés langoustes parce que c'est la dernière (et terriblement destructrice) mode. Même si la tentation est grande (il y en a toujours qui cèdent), lorsque les gens sont prévenus et conscients des conséquences, ils sont généralement beaucoup plus raisonnables. D'ailleurs, tous ces types de comportements liés à la vigilance face à la biodiversité et aux dangers qui nous menacent si nous n'en tenons pas compte devraient être enseignés dès l'école. Que l'on explique au moins aux enfants ce qu'est la biodiversité et combien elle est importante pour la planète et pour eux.



**VA :** Les projections actuelles concernant les relations entre tourisme et biodiversité ne sont pas très optimistes. Il doit cependant exister de bonnes nouvelles, des exemples vertueux et des solutions applicables ?

**PF :** Naturellement. Et il existe plusieurs tendances de fond qui vont dans le bon sens. Prenez par exemple le [locavorisme](#), mot disgracieux recouvrant un excellent principe : celui de produire et consommer aussi localement que possible. En France et dans plusieurs autres pays, c'est une pratique de plus en plus répandue. On a même défini la distance au-delà de laquelle il est préférable de ne pas s'approvisionner : 160 km, ce que l'on appelle « *la règle des 160* » (160 km correspondant à 100 miles, voilà pourquoi). Restaurants et hôtels si mettent petit à petit, ainsi que la plupart des groupes hôteliers que nous conseillons, même les groupes de luxe ! Durant plusieurs décennies, les grands hôtels du monde entier ont acheminé jusqu'à eux de la nourriture par container frigorifiques entiers. C'est quelque chose que l'on voit de moins en moins, heureusement. Lorsque nos clients ne font pas le chemin eux-mêmes, nous les amenons autant que possible vers le respect de la biodiversité en nous appuyant sur la tendance actuelle et l'évolution de l'opinion à l'égard de ces sujets. Voyez ces ruches que les grands hôtels parisiens installent sur leurs toits, ces « légumes moches » que les cuisiniers sont en train de rendre « sexy », ce château-hôtel qui crée son premier jardin bio ou encore Régis Marcon (3 macarons), directeur d'un autre relais & château situé en Ardèche et maître incontesté de la cuisine des champignons, il se montre extrêmement respectueux dans ses collectes et le fait savoir. Professionnalisme et biodiversité sont définitivement conciliables. Plus la nature est respectée, plus elle est prodigue ; c'est un principe simple dont il faut faire prendre conscience à tous.

**VA :** Justement, est-ce que la sensibilisation à ces dimensions ne devrait pas occuper une place plus importante dans les formations professionnelles liées au tourisme ? Qu'est-ce que l'on pourrait faire ? Ou qu'est-ce qui se fait déjà et qui fonctionne bien ?

**PF :** Le Philippe François président de l'AMFORHT (Association Mondiale de Formation Hôtelière et Touristique) est forcément en accord avec cela. Mais attention, ces notions doivent passer transversalement, sans faire l'objet d'un module spécifique. Je parle là encore par expérience ; car il faudrait, sinon, attendre 10 ans avant que la modification ne soit intégrée dans les programmes officiels. Le gouvernement a commandé nombre de nos livres sur « Tourisme et Biodiversité » (que chacun peut donc télécharger gratuitement et mettre en œuvre au quotidien) ; on verra bien... Cela dit, pour être vraiment efficace, il faut, comme toujours, allier théorie et pratique, faire intervenir des témoins de poids, exemplaires : producteurs et restaurateurs reconnus, aux méthodes vertueuses qui témoigneront dans les écoles de leur respect pour les produits naturels et la machine merveilleuse qui se tient derrière : la nature. Certes, nos élevages sont loin d'être exemplaires, mais je vois aussi que la nouvelle génération d'éleveurs et d'agriculteurs se dirige d'elle-même vers une production « raisonnée », je vois que les vins bio, respectueux de la nature des sols et de la biodiversité, gagnent du terrain et que nombre de restaurateurs se mettent à recréer des potagers. La tendance est d'ailleurs globale et atteint tous les secteurs d'activité : une économie différente, reposant sur une attitude plus respectueuse des ressources naturelles, se met peu à peu en place.



**VA :** L'éco-volontariat ne représente aujourd'hui qu'une niche dans l'offre touristique. Pensez-vous que cette forme particulière de voyages soit porteuse d'avenir et puisse évoluer vers une forme qui intéressera un nombre plus large de personnes ?

**PF :** Ce sont là, bien sûr, de belles initiatives, à encourager et promouvoir. Peut-être faudrait-il clarifier cette offre, l'installer officiellement dans cette dimension utile et citoyenne qui est déjà la sienne mais n'est pas valorisée. En lui accordant une dimension qualifiante, qui sait ? Que les jeunes qui s'investissent dans ces séjours en tirent profit, partie... On pourrait, pourquoi pas, imaginer que ce soit une proposition faite par l'Éducation Nationale, une sorte de BSR écolo (Brevet de Sécurité Routière), qu'on en parle en tous cas et lance le mouvement. Je suis assez optimiste de ce côté ; de la même manière que l'on sait désormais que la transition énergétique va créer de nombreux emplois, se mettre au service de la planète finira tôt ou tard par créer des débouchés économiques. Vous trouvez déjà des hôtels – et non des moindres, je pense à [la Grée des Landes](#), entre autres – qui ont installé des nids de chauve-souris dans leurs soupentes. Pour quelle raison ? se demandent certains... Lorsqu'on leur explique qu'une chauve-souris dévore en moyenne 700 insectes par nuit, ils comprennent tout. On a également essayé de monter des nids d'oiseaux dans les hôtels avec [LPO](#) (la Ligue de Protection des Oiseaux, une association qui fait un travail formidable), mais c'est toujours pareil : on n'a pas assez de temps pour tout faire. Néanmoins, si cela peut conduire quelques hôteliers à se rapprocher de la ligue...

**VA :** Et l'idée d'un label ?

**PF :** Elle doit être menée à bien. **Biorismo** vient directement répondre à la question que nous posent sans cesse les directeurs d'hôtels urbains : « *Vous me parlez du retour des loutres de mer et c'est formidable bien sûr, mais moi, en pleine ville, je fais quoi ?...* » Des tas de choses. Un label, c'est avant tout un programme pédagogique, pratique, une liste d'actions à mettre en œuvre permettant de savoir où on en est et de se mettre à jour sur les points de son choix, pour commencer. Et puis cela crée une dynamique de groupe, fait naître de nouveaux liens avec ses clients, de nouveaux échanges avec les confrères et les institutions locales, permettant aux pratiques vertueuses d'être connues, reconnues, valorisées et finalement partagées par le plus grand nombre. Biorismo, label reconnu par la Stratégie Nationale de la Biodiversité comme un référentiel, va agir comme le fait, par exemple, le référentiel Mister Goodfish qui initie avec profit les restaurateurs aux usages de la pêche durable et les guide concrètement dans leurs choix de poisson à acheter... ou pas. Nous en sommes au tout début ; une vingtaine d'établissements sont aujourd'hui labélisés et 2016 verra naître les premières rencontres dédiées à cette thématique, une autre façon encore de répandre les bonnes pratiques.



**VA :** Comment voyez-vous personnellement évoluer cette problématique « tourisme et biodiversité » ? Etes-vous plutôt pessimiste ou optimiste sur la suite des événements ?...

**PF :** Fondamentalement optimiste. La planète ne va pas bien ; nul ne peut le nier (même si *elle*, s'en sortira toujours). On ne peut plus continuer comme ça et on le sait. Or l'Homme possède une capacité à s'adapter et évoluer extraordinaire pour peu qu'il soit motivé. La **COP 21** est certes un événement avant tout symbolique, une forme de communication, mais néanmoins capitale pour que la sensibilisation devienne vraiment globale. Il faut ensuite prendre le relais avec des méthodes et des exemples de changements pour nourrir la bonne volonté de tous ceux qui se disent : « *ok, mais qu'est-ce que je peux faire ?* ». Les choses se font toujours plus lentement qu'on ne le souhaiterait, mais elles se font. Voyez l'évolution de nos comportements sur les déchets, la nourriture gâchée, toute cette (formidable) économie « Co » qui voit le jour, les gens qui se mettent à faire du compost (les mairies délivrant gratuitement des composteurs... ou des couples de poules !), les restaurateurs qui bradent leurs plats en trop pour ne plus avoir à les jeter. Et, concernant tourisme et restauration, je peux vous assurer que l'évolution des professionnels sur ces quinze dernières années est bien réelle : tous ceux qui ne sont pas *encore* passés au développement durable s'interrogent. Les choses avancent.

---

**François Tourisme Consultants**

<http://www.francoistourismeconsultants.com/fr>