

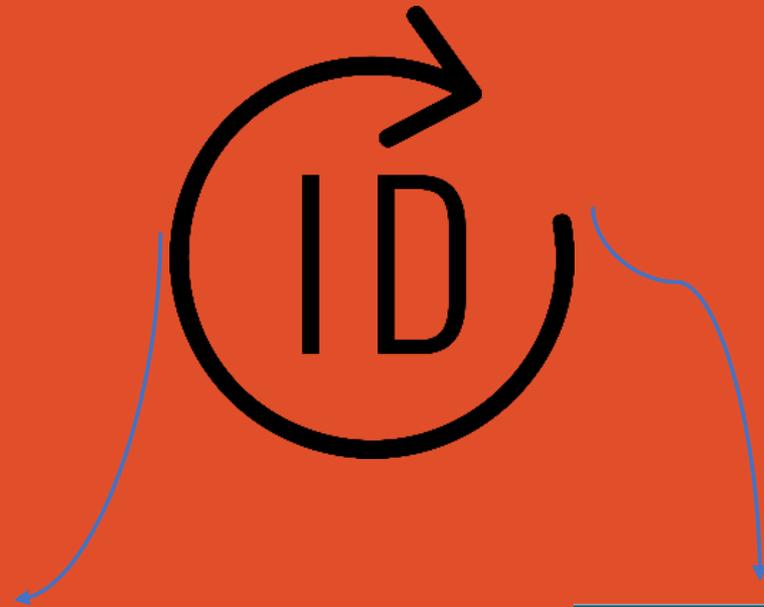
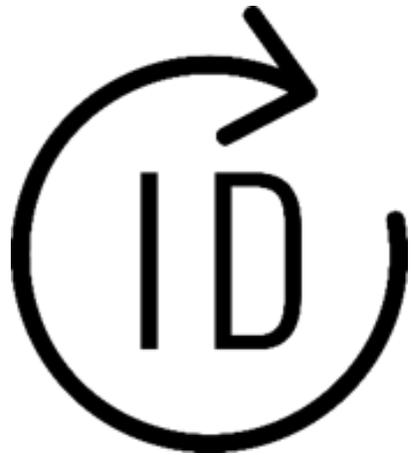
TOURISME DURABLE: URGENCE CLIMATIQUE & ENGAGEMENT DES DESTINATIONS



QUI SUIS-JE ?



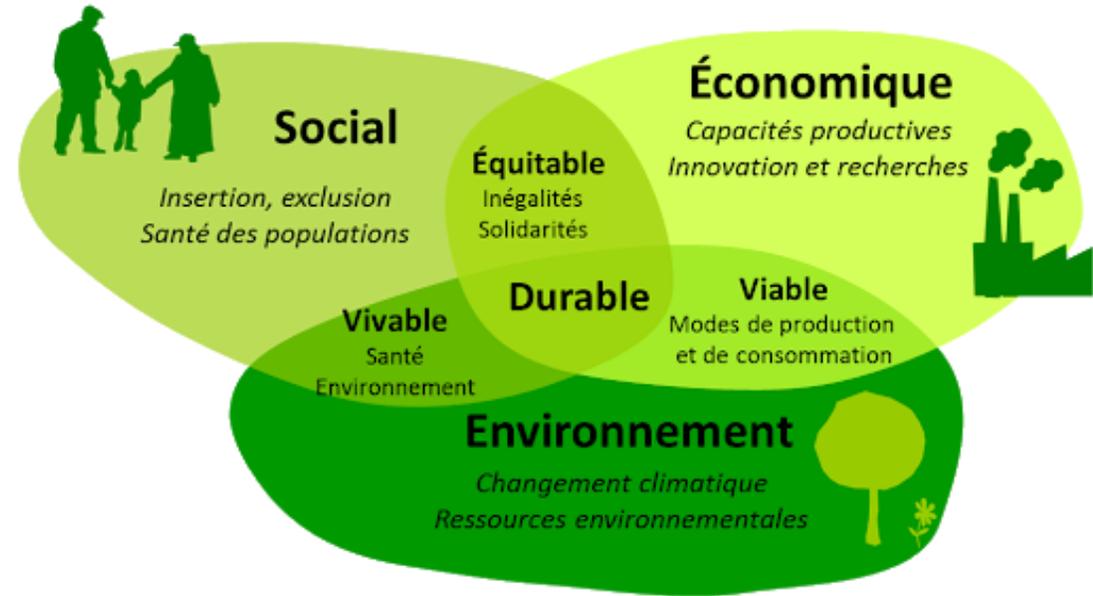
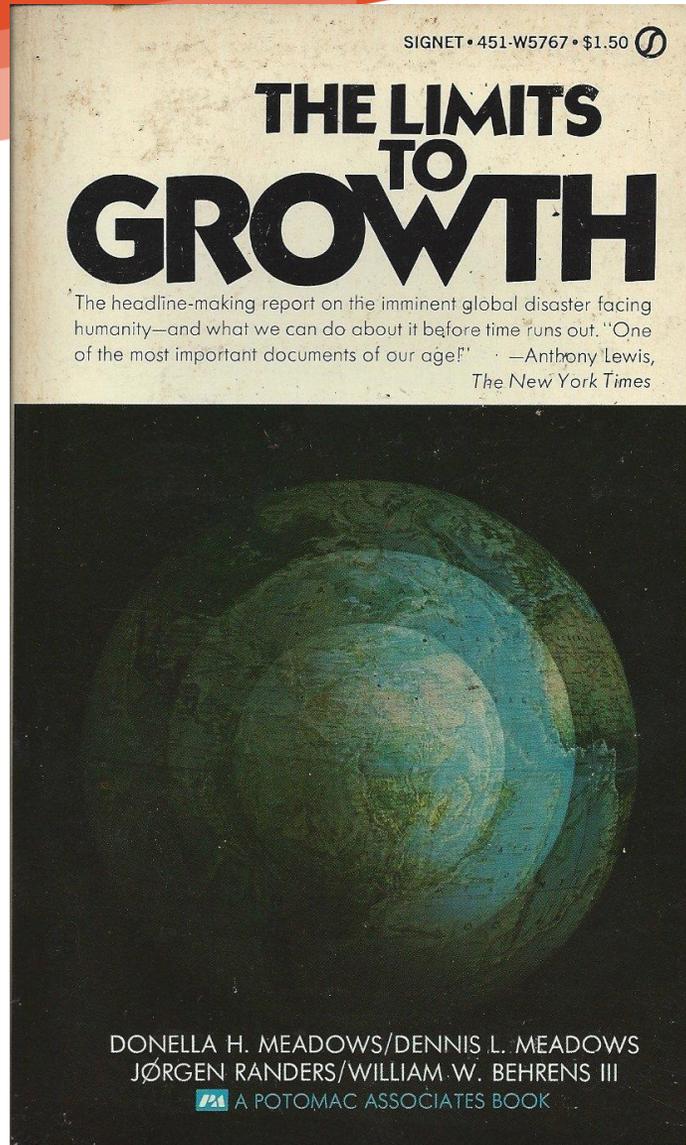
A PROPOS D'ID-TOURISME



Tourisme durable: retour sur 30 ans d'engagement



Développement durable ?



OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

1 ÉRADICATION DE LA PAUVRETÉ	2 LUTTE CONTRE LA FAIM	3 ACCÈS À LA SANTÉ	4 ACCÈS À UNE ÉDUCATION DE QUALITÉ	5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES	6 ACCÈS À L'EAU SALUBRE ET À L'ASSAINISSEMENT
7 RECOURS AUX ÉNERGIES RENOUVELABLES	8 ACCÈS À DES EMPLOIS DÉCENTS	9 INNOVATION ET INFRASTRUCTURES	10 RÉDUCTION DES INÉGALITÉS	11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES	12 CONSOMMATION RESPONSABLE
13 LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE	14 PROTECTION DE LA FAUNE ET DE LA FLORE AQUATIQUES	15 PROTECTION DE LA FAUNE ET DE LA FLORE TERRESTRES	16 JUSTICE ET PAIX	17 PARTENARIATS POUR LES OBJECTIFS MONDIAUX	OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Évolutions du Tourisme durable...





TOURISME & URGENCE CLIMATIQUE



RENFORCER L'ATTÉNUATION,
■ **ENGAGER L'ADAPTATION**



Stratégie nationale bas-carbone



Les transports

-28% en 2030
par rapport à 2015

- Améliorer la performance énergétique des véhicules
- Favoriser le télétravail, le covoiturage, les circuits courts, etc

Le bâtiment

-49% en 2030
par rapport à 2015

- Inciter rénover l'ensemble du parc existant (résidentiel et tertiaire)
- Améliorer l'efficacité énergétique des bâtiments

L'agriculture

-18% en 2030
par rapport à 2015

- Développer l'agro-écologie et l'agriculture de précision
- Stopper le déstockage actuel de carbone des sols

La foresterie

Renforcer l'importance
des puits

associés aux bois

- Augmenter le stockage de carbone
- Développer le boisement

L'industrie

-35% en 2030
par rapport à 2015

- Accompagner les entreprises dans leur transition écologique
- Favoriser l'économie circulaire

L'énergie

-33% en 2030
par rapport à 2015

- Développer les énergies renouvelables
- Diminuer l'intensité énergétique de l'économie française

Les déchets

-37% en 2030
par rapport à 2015

- Inciter l'ensemble des acteurs à une réduction de leurs déchets
- Améliorer la collecte et la gestion des déchets

BILAN DES EMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE DU TOURISME EN FRANCE

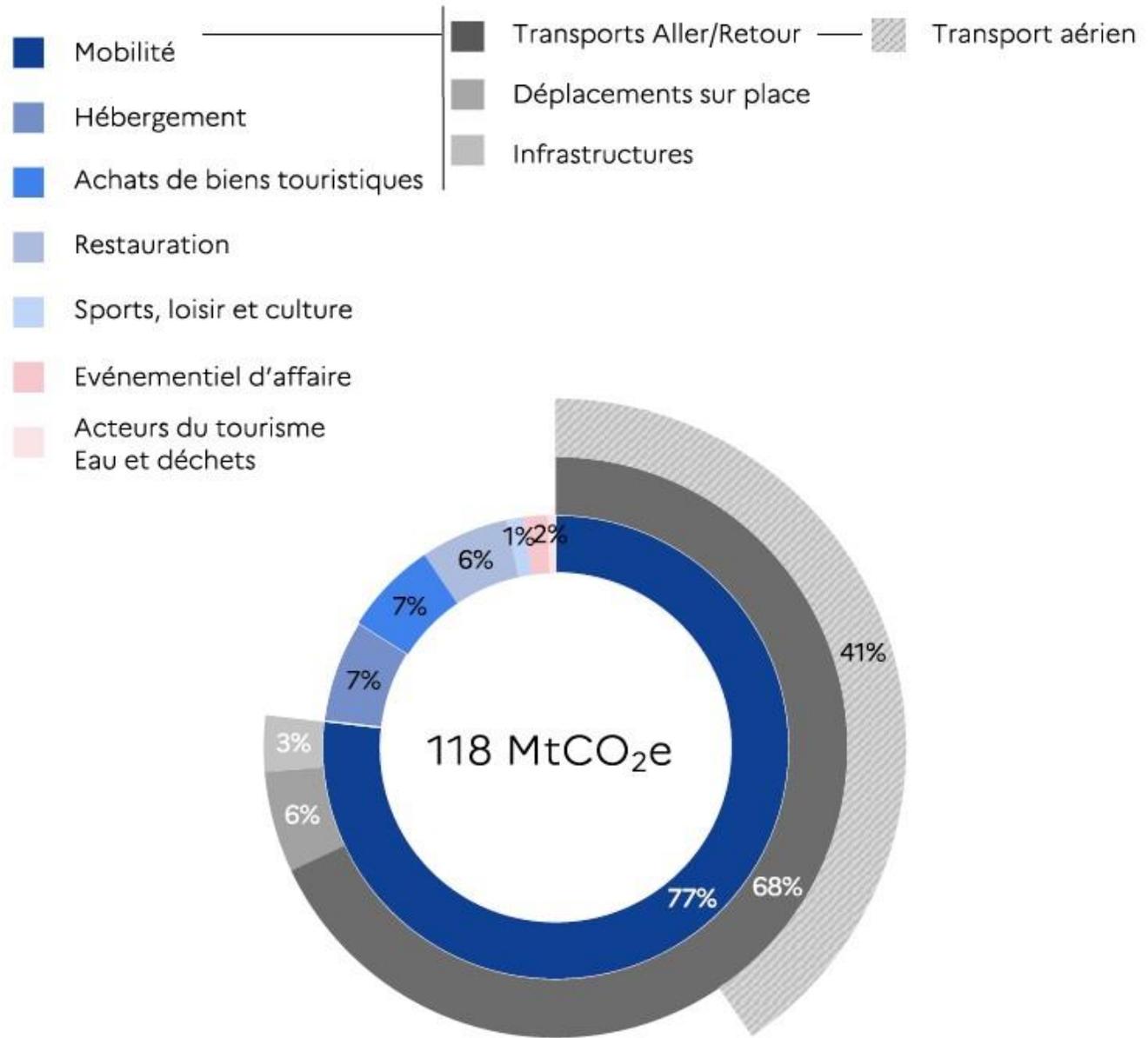
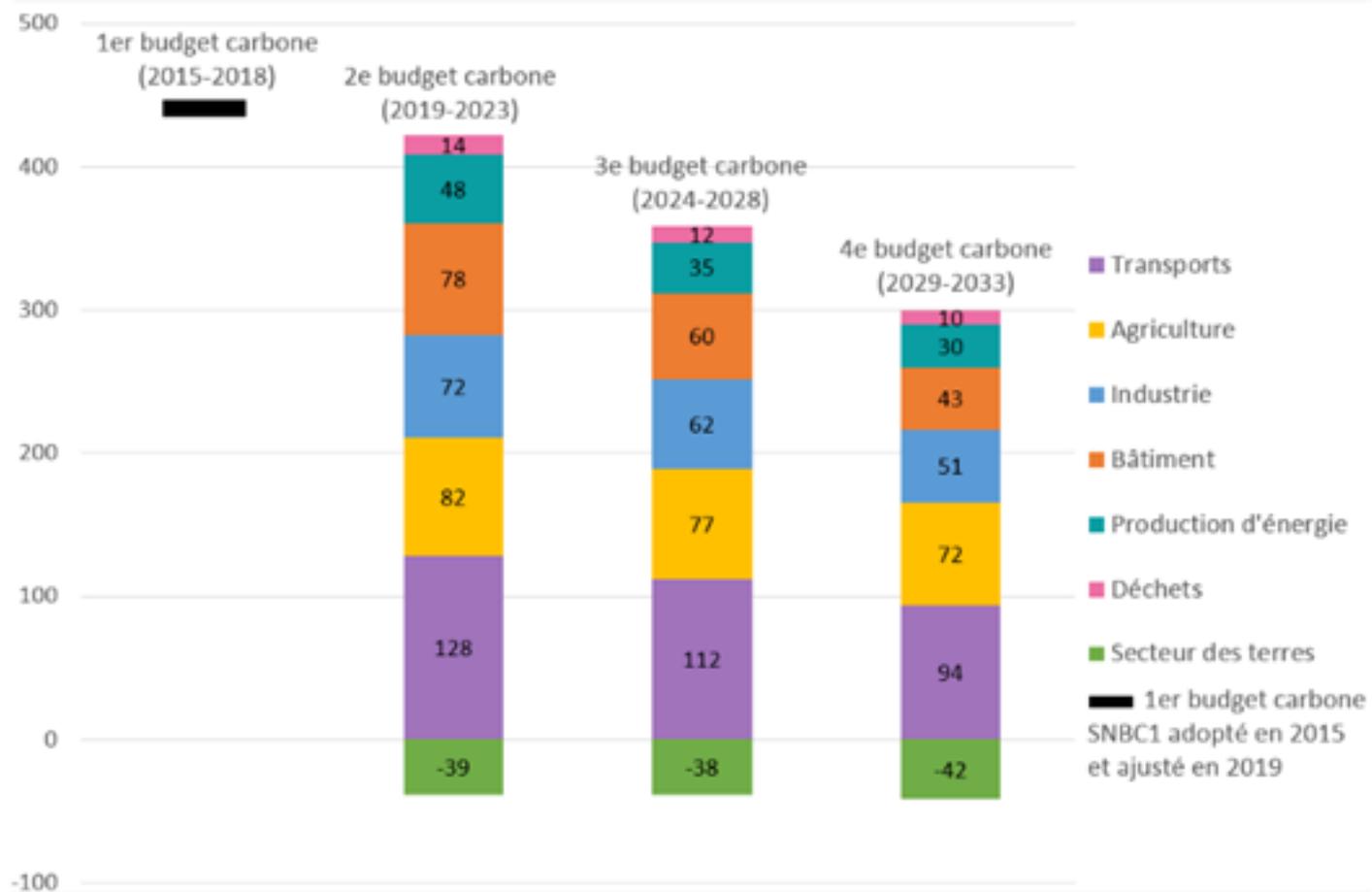


Figure 13 : Répartition des émissions de GES du secteur du tourisme en France, par secteur d'émissions

Budgets carbone 2019-2023, 2024-2028 et 2029-2033 par secteur



COMMENT
ALIGNER LA
STRATEGIE
TOURISTIQUE SUR
LE BUDGET
CARBONE D'UNE
DESTINATION ?

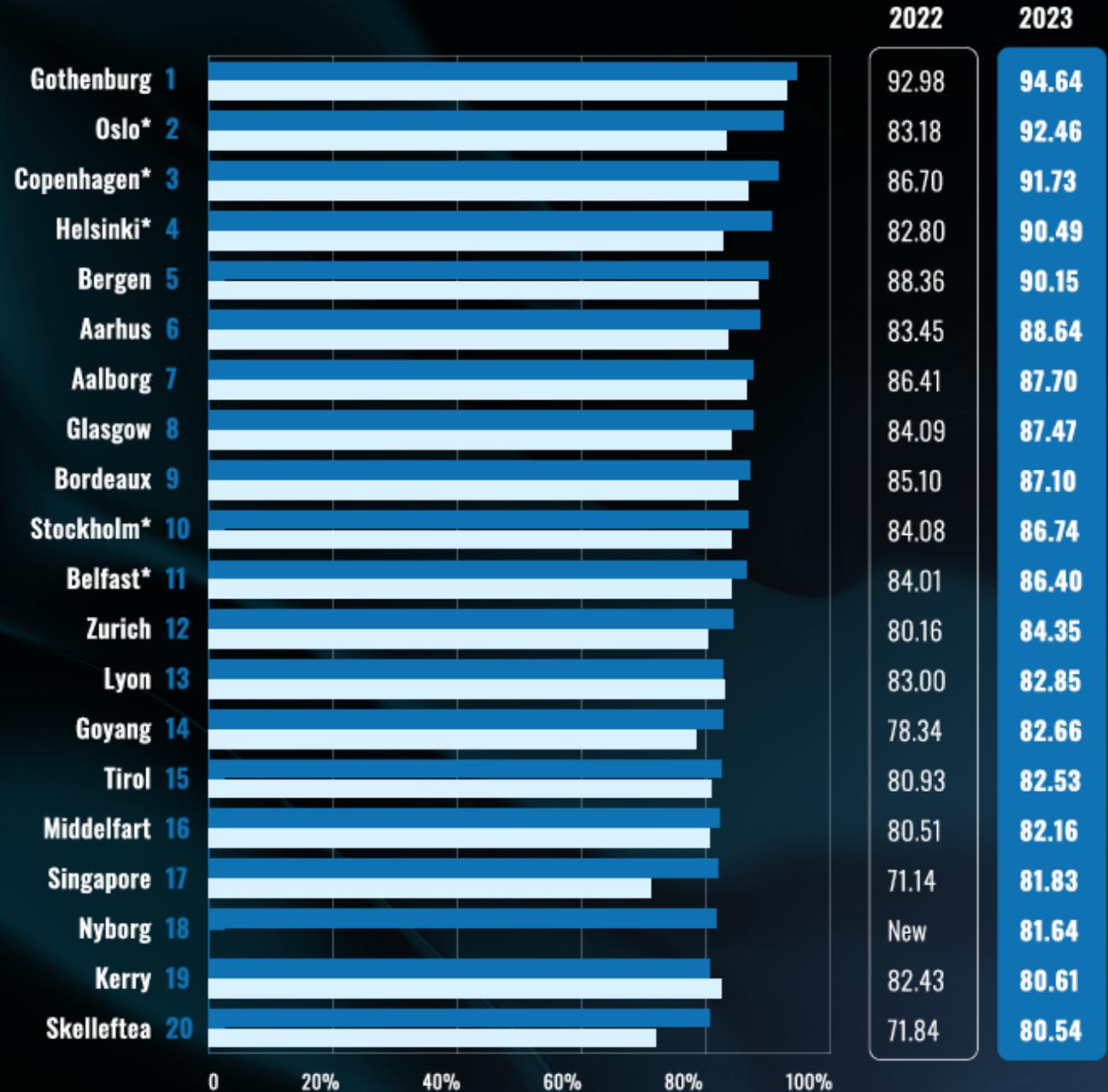


L'ENGAGEMENT DES DESTINATIONS





GLOBAL
**DESTINATION
SUSTAINABILITY**
INDEX





Au-delà des engagements, 8 indicateurs concrets et 12 objectifs stratégiques



1. Réduction des impacts environnementaux négatifs du tourisme (eau, énergie, déchets, gaz à effet de serre)
2. Augmentation du nombre de prestataires labellisés Tourisme et Handicap
3. Amélioration de l'acceptabilité du tourisme par les habitants
4. Augmentation du Taux d'Occupation moyen de l'hébergement marchand
5. Augmentation des retombées économiques directes
6. Augmentation des retombées économiques indirectes du tourisme
7. Augmentation du nombre d'emplois créés / pérennisés dans le tourisme
8. Amélioration de la note de Lyon au GDS Index

1. **Préserver** l'environnement en réduisant nos impacts
2. **Engager** les professionnels du tourisme vers un tourisme plus écologique
3. **Montrer** l'exemple au sein d'ONLYLYON Tourisme et Congrès
4. **Participer** au bien-être et à la bonne santé des individus
5. **Favoriser** l'accessibilité des offres à tout public
6. **Garantir** l'authenticité de l'expérience vécue en privilégiant la rencontre, la convivialité
7. **Encourager** une consommation responsable locale
8. **Développer** l'économie locale
9. **Développer** l'emploi de qualité sur le territoire
10. **Réussir** à anticiper au mieux les changements de la société
11. **Savoir faire face** aux crises
12. **Faire de la veille** et participer aux réflexions générales sur le tourisme durable



QUELQUES MOTS SUR LES IA...

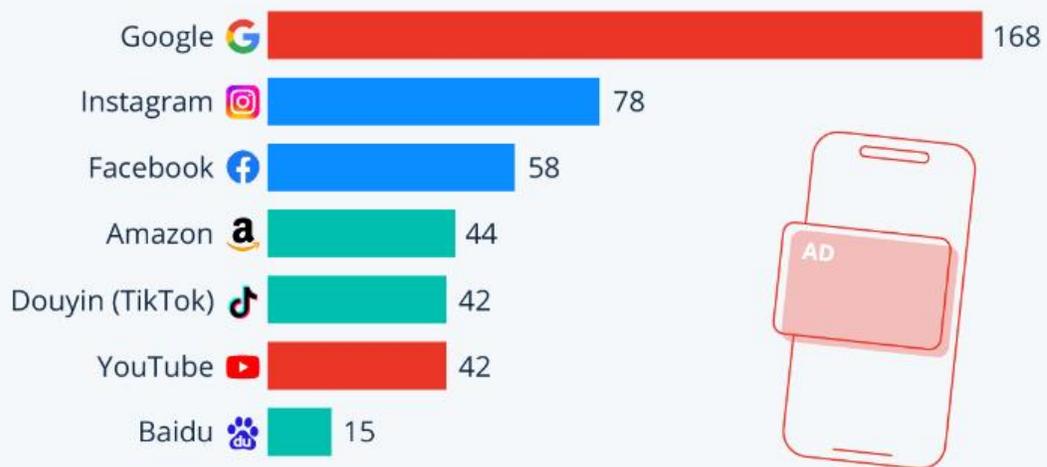




Les géants de la publicité en ligne

Principales sociétés/plateformes selon les ventes mondiales de publicité en ligne en 2022 (en milliards de dollars) *

■ Alphabet ■ Meta ■ Autres



* Projection des revenus publicitaires annuels pour 2022 réalisée en décembre 2021.

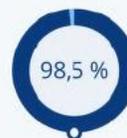
Données personnelles et publicité ciblée

Google fonctionne quasiment grâce à l'exploitation des données personnelles (83% CA)

Comment les GAFAs génèrent des milliards

Contribution du segment d'activité principal au chiffre d'affaires de l'année fiscale 2019

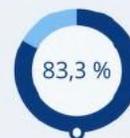
facebook



Publicité



Alphabet



Publicité



Hardware



amazon



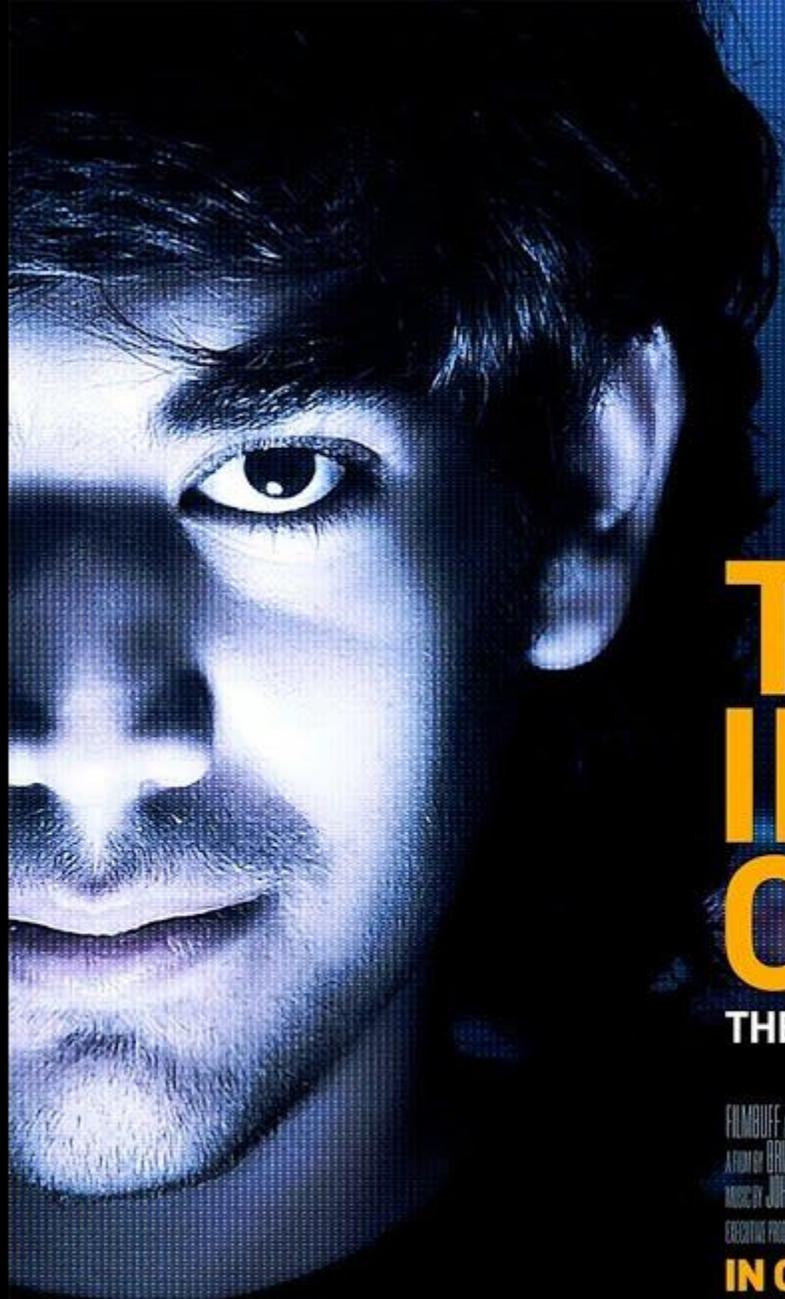
Commerce en ligne



Sources : résultats des entreprises



statista



"AN URGENT HEARTBREAKER"
VILLAGE VOICE

"MOVING AND MADDENING
IN ALMOST EQUAL MEASURE"
USA TODAY

"WILL LEAVE YOU HEARTSICK
AS WELL AS MORE THAN
A LITTLE ANGRY."
LA TIMES

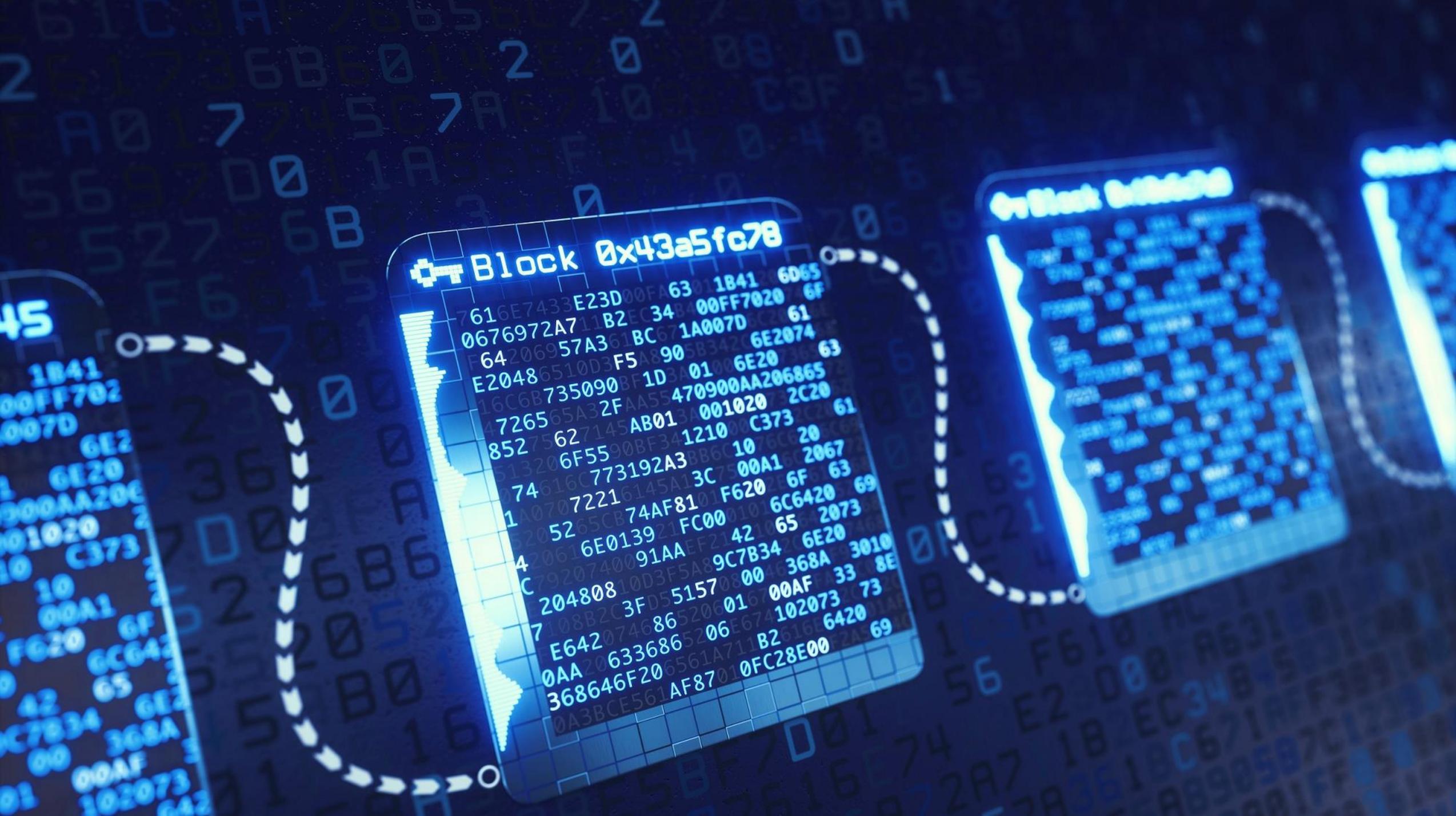
THE INTERNET'S OWN BOY

THE STORY OF AARON SWARTZ

FILMBUFF and PARTICIPANT MEDIA present in association with LUNARANT MEDIA and ORJUSTUS FILMS
A FILM BY BRIAN KNAPPENBERGER "THE INTERNET'S OWN BOY" CINEMATOGRAPHY BY LINCOLN ELSE SCOTT SINKLER
MUSIC BY JOHN DRAGONETTI EDITED BY BRYAN STORTEL MICHELLE WITTEN ANDY ROBERTSON JASON DECKER BRIAN KNAPPENBERGER
EXECUTIVE PRODUCER CHARLIE ANNEBERG WEINGARTEN PRODUCED BY CHARLIE ANNEBERG WRITTEN AND DIRECTED BY BRIAN KNAPPENBERGER

IN CINEMAS 29.08.14  KALEIDOSCOPE ENTERTAINMENT

 theirnetsewnboy  internetsewnboy



🔑 Block 0x43a5fc78

7	61	6E	74	33	E2	3D	00	FA	63	18	41	60	65														
0	6	7	6	9	7	2	A	7	1	B	2	E	C	3	4	0	0	F	F	7	0	2	0	6	F		
6	4	2	0	6	9	7	2	A	7	1	B	2	E	C	3	4	0	0	F	F	7	0	2	0	6	F	
E	2	0	4	8	6	5	1	0	D	3	F	5	9	0	F	5	9	0	F	5	9	0	F	5	9	0	F
1	6	C	6	B	7	3	5	0	9	0	1	D	3	F	5	9	0	F	5	9	0	F	5	9	0	F	
8	5	2	7	5	6	2	7	1	4	5	A	B	0	1	0	1	0	2	0	2	C	2	0	6	1	6	
7	4	1	6	1	6	C	6	B	7	3	5	0	9	0	F	5	9	0	F	5	9	0	F	5	9	0	F
1	0	7	0	1	0	2	0	6	F	5	9	0	F	5	9	0	F	5	9	0	F	5	9	0	F	5	9
4	0	6	1	6	C	6	B	7	3	5	0	9	0	F	5	9	0	F	5	9	0	F	5	9	0	F	
C	7	9	2	0	7	4	0	0	9	1	A	A	E	F	2	1	0	1	0	2	0	6	F	5	9	0	F
7	1	0	8	B	2	C	3	F	D	5	5	1	5	7	0	8	6	0	1	0	0	0	A	F	6	4	2
0	A	A	2	0	7	4	6	8	6	0	6	E	6	7	4	6	8	6	0	6	E	6	7	4	6	8	6
3	6	8	6	4	6	F	2	0	A	F	8	7	0	F	C	2	8	E	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	A	3	B	C	E	5	6	1	A	F	8	7	0	F	C	2	8	E	0	0	0	0	0	0	0	0	0





D-TER Community

Rejoignez la première DAO (Organisation Autonome
Décentralisée) du tourisme français sur le Web3.

[HTTPS://DTER.SUBSTACK.COM/](https://dter.substack.com/)

COORDONNÉES



ID-Tourisme

Prospective et Transitions

Guillaume Cromer

GRENOBLE

06.99.29.47.29

guillaume@id-tourisme.fr

www.id-tourisme.fr