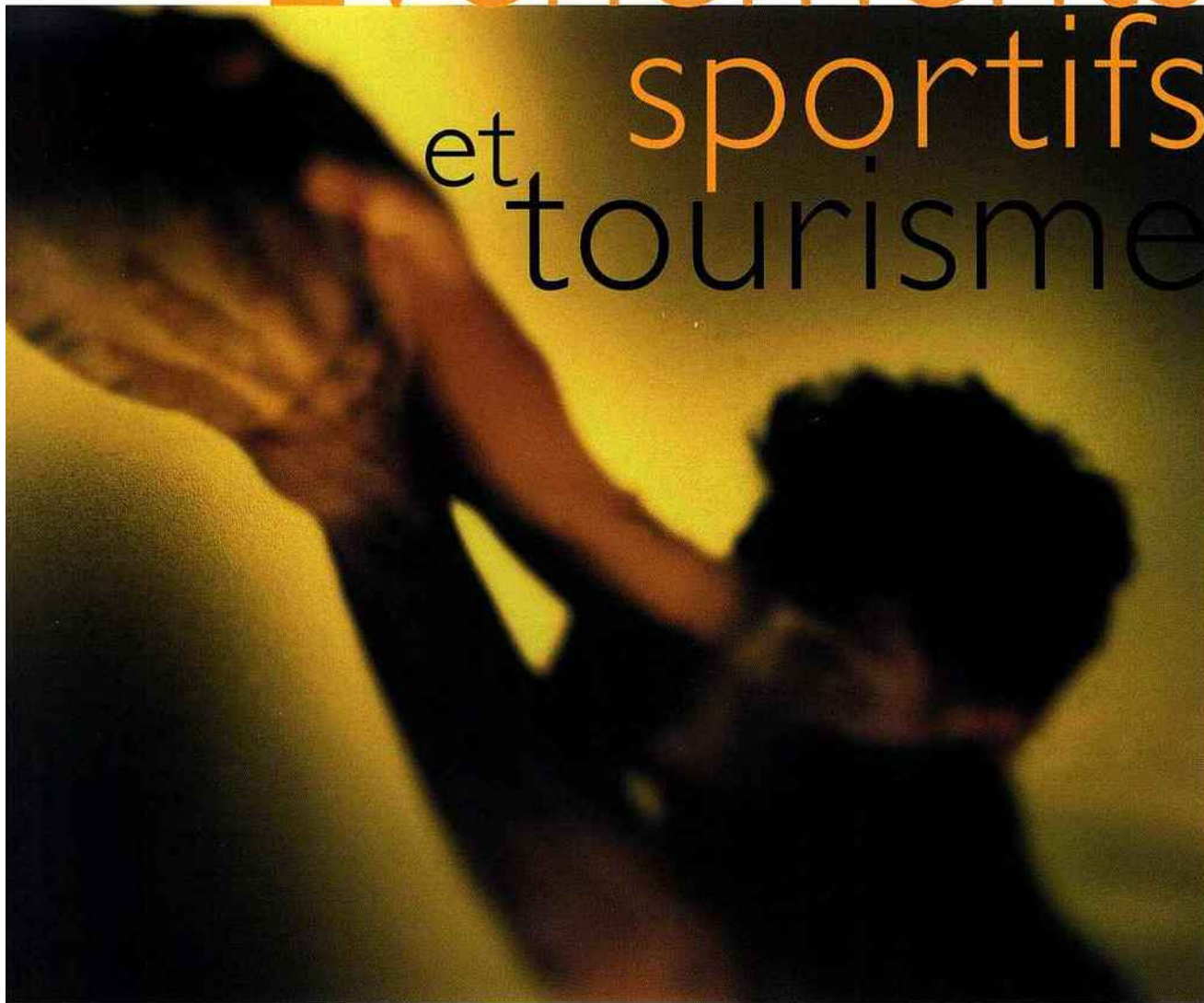


# Événements sportifs et tourisme.



Tribune

**JEAN-CHRISTOPHE POUPET**  
**WWF France**

# Démarche environnementale

---

# L'action du WWF

# dans le tourisme

INTERVIEW DE

**JEAN-CHRISTOPHE POUPET**

Chargé du programme tourisme durable et des Gîtes Panda au **WWF** France  
 (jcpoupet@wwf.fr)

**Pouvez-vous nous rappeler ce qu'est le WWF ?**

Le WWF est la première organisation mondiale de protection de la nature. C'est une organisation indépendante, dont la philosophie d'action est fondée sur le dialogue. Le WWF recherche dans le monde entier la concertation, dans l'objectif d'enrayer, puis d'inverser, le processus de dégradation de la planète. Dans cet objectif, l'organisation a la volonté d'impliquer l'ensemble des acteurs concernés (communautés locales, entreprises, gouvernements, organisations internationales et non gouvernementales) dans la mise en œuvre de solutions concrètes et durables.

Trouver des solutions concrètes pour protéger la planète. Telle est la philosophie d'action du WWF qui vient de renouveler son partenariat de trois ans avec Pierre & Vacances, entreprise engagée avec lui dans une démarche de progrès environnemental. Le WWF entend également donner un nouveau souffle aux Gîtes Panda.

Les thèmes d'action prioritaires définis par le WWF sont : le changement climatique ; les pollutions chimiques ; les modes de vie durables ; l'Outre-mer ; les espèces menacées ; les forêts ; les eaux douces ; les océans et côtes.

### **Quelle est la vision du WWF sur ce qu'il faut faire pour "sauver la planète" ?**

#### **Et comment s'organise concrètement son action ?**

Le WWF préconise une action écologique raisonnée, inspirée de la démarche "négaWatt", c'est-à-dire, dans l'ordre :


- préserver les ressources naturelles, grâce à une meilleure gestion et dans un souci d'économie de la ressource (c'est ce que nous appelons la "Planète attitude") ;
- mieux utiliser cette ressource, grâce aux avancées technologiques et en développant des solutions alternatives (par exemple, l'énergie éolienne) ;
- faire payer les pollueurs (par exemple, les programmes de compensation carbone).

Pour le WWF, c'est bien dans cet ordre-là qu'il faut agir, avec pour mots d'ordre *sobriété* et *efficacité*. C'est pourquoi, par exemple, nous sommes relativement réservés sur les programmes de compensation carbone qui, s'ils ont le mérite de sensibiliser l'opinion publique sur les émissions de CO<sub>2</sub> liés au voyage, laissent penser que l'on peut consommer sans compter, "gaspiller" la ressource, dans la mesure où l'on paye.

Notre action s'articule autour de trois grands modes opératoires :

- l'information et la communication (diffusion de bonnes pratiques, création de supports pédagogiques, *lobbying*...) ;
- l'implication dans un certain nombre de programmes d'action (programmes européens, notamment) ;
- le partenariat avec les entreprises.

#### **Et en matière de tourisme ?**

 Le tourisme n'est pas, en tant que tel, un axe prioritaire du WWF. C'est, vous le savez, un secteur transversal, qui est concerné par de nombreux thèmes, qu'il s'agisse de changement climatique, de biodiversité (forêts, eaux douces, océans et côtes...) ou de modes de vie durables... Ma mission, en tant que "responsable tourisme", est donc avant tout une mission de coordination des compétences internes du WWF, alliée à une mission de représentation (au sein du Comité 21, auprès des institutions nationales et

régionales chargées du tourisme...).

Néanmoins, le WWF mène deux programmes touristiques : les Gîtes Panda et le partenariat avec l'entreprise Pierre & Vacances. En outre, le WWF France assure la *leadership* "tourisme" de l'écorégion alpine, qui est l'une des régions du monde définie comme prioritaire par le WWF.

Dans le cadre de ce programme, la Suisse, par exemple, assure la *leadership* "changement climatique", et l'Autriche celui sur les "eaux douces".

#### **Où en est le programme des Gîtes Panda ?**

Le programme des Gîtes Panda est né en 1993 d'un partenariat entre le WWF, la Fédération nationale des Gîtes de France et la Fédération des Parcs naturels régionaux de France. À l'époque, ce concept d'hébergement "écologique" dans des sites environnementaux de qualité était innovant et déjà porteur d'avenir. Toutefois, il n'a pas su atteindre la taille critique lui permettant de sortir d'une relative confidentialité. La faute en revient moins au produit lui-même, qui est de qualité et répond à une véritable demande, qu'aux organismes qui l'ont créé. Pour les Gîtes de France, 300 gîtes Panda, c'est très peu par rapport aux quelque 44 000 gîtes ruraux labellisés du réseau. Quant au WWF, ce n'est que relativement récemment qu'il a organisé son pôle "tourisme durable".

Aujourd'hui, la décision est prise de donner un nouveau souffle à ce concept, avec une ambition de développement européen (actualisation de la charte, extension du réseau en Europe, recherche des clientèles nord-européennes). L'objectif est double : une montée en

qualité écologique, suivie d'une montée en quantité d'hébergements.

### **Et le partenariat avec Pierre & Vacances ?**

#### **Que recouvre-t-il ?**

Pierre & Vacances, leader européen des résidences de loisirs, est partenaire du WWF depuis 2005. L'accord de partenariat vient d'être renouvelé. Il est formalisé dans une charte environnementale (cf. encadré page 12). Par ce partenariat, l'objectif du WWF est d'accompagner l'entreprise dans une démarche de progrès visant à :

- développer les pratiques environnementales dans l'entreprise : écoconstruction (pour ce qui est des nouvelles réalisations et des réhabilitations mises en œuvre par le groupe) et management environnemental (consommation des ressources, gestion des déchets, toxicité des matériaux...);
- sensibiliser les publics. Cela passe par la mise en place d'outils ludiques et pédagogiques permettant de transmettre aux clients des marques de Pierre & Vacances des messages sur la protection de l'environnement.

D'une façon générale, le développement des pratiques environnementales dans les entreprises est un enjeu majeur, qui ne peut être atteint que progressivement. Avec Pierre & Vacances, nous travaillons sur deux axes complémentaires :

- l'information et la formation des salariés du groupe, au siège et dans tous les sites ;
- l'application des principes environnementaux dans deux sites tests, le futur Center Parcs de Moselle et la station d'Avoriaz.

L'ambition, à terme, est que les enseignements tirés de ces deux sites soient déclinés dans l'ensemble des sites exploités par le groupe.

Biologiste et géologue de formation, c'est d'abord par des travaux sur l'eau douce que **JEAN-CHRISTOPHE POUPET** (40 ans) est entré dans le monde du tourisme.

À la fin des années 1980, ses diplômes en poche, il se spécialise dans la gestion et la protection de l'environnement.

Il effectue alors plusieurs stages de longue durée (d'abord au WWF, puis au conseil général de la Haute-Loire), avec pour thème : l'étude des milieux aquatiques de bassin de la Loire. La Loire, "dernier fleuve sauvage d'Europe", devient rapidement, via un programme Life Nature, un thème prioritaire d'action du WWF. Jean-Christophe Poupet y est embauché en 1993.

Entre-temps, il a passé un DESS marketing et choisi pour thème de mémoire : "la valorisation touristique commerciale de la Loire sauvage". Il est en effet convaincu que, au-delà de l'action sur la gestion alternative intégrée de la Loire, la sensibilisation des publics touristiques est une nécessité, pour donner du fleuve une image qui ne se limite pas aux châteaux et au vin.

Au début des années 2000, il quitte le WWF pour se consacrer à sa passion pour la mer. Il passe son brevet de skipper pro et caresse le projet d'en faire son métier, à travers une activité de *whalewatching* (excursions en mer pour l'observation des cétacés) en Méditerranée. Il renonce à vivre de cette activité à l'année et revient au WWF en 2003 où, tout naturellement, on lui propose de s'occuper du programme tourisme durable et des Gîtes Panda. Depuis la mi-2007, il est également coordinateur écorégional, pour le WWF France, du massif alpin.

## PORTRAIT



Le travail sur ces deux sites est tout à fait passionnant. À chaque réunion avec le département "développement durable" du groupe Pierre & Vacances – elles étaient bimestrielles dans le cadre du précédent accord de partenariat, elles vont s'intensifier et devenir mensuelles dans le cadre du nouvel accord –, nous découvrons de nouveaux axes de progrès. Le futur Center Parcs de Moselle est situé au cœur de la forêt, si bien que nous développons les aspects liés à la filière bois, notamment.

## Les engagements de Pierre & Vacances dans le cadre de son partenariat avec le WWF

### **Engagement 1.**

#### **Intégrer des préconisations environnementales dans la conception, la construction et la rénovation des sites**

Tout projet immobilier Pierre & Vacances doit répondre à des lignes directrices environnementales sur six thèmes prioritaires : eau, déchets, énergie, paysage et biodiversité, matériaux et chantiers.

### **Engagement 2.**

#### **Veiller à l'amélioration continue de la gestion environnementale des sites en exploitation**

Pour quantifier et qualifier les projets, le groupe a mis en place d'un outil de reporting environnemental.

### **Engagement 3.**

#### **Mobiliser toutes les branches de l'entreprise**

Pour mobiliser ses collaborateurs, Pierre & Vacances multiplie les outils de sensibilisation : animations, newsletter électronique sur les actions de développement durable du groupe, mise en place du tri du papier au siège, création d'un écocuide pour le bureau...

### **Engagement 4.**

#### **Mobiliser tous les fournisseurs**

Les fournisseurs du groupe sont choisis en fonction de leurs performances environnementales et sont incités à réduire leur impact sur l'environnement. Des objectifs environnementaux ont été identifiés pour chaque acheteur du groupe.

### **Engagement 5.**

#### **Informers les clients et les sensibiliser au respect de l'environnement**

Des animations WWF à destination des vacanciers sont organisées dans les villages vacances : ateliers ludo-éducatifs pour les enfants, exposition Planète Attitude et soirées en familles autour du jeu du WWF "Qui veut sauver la planète ?". Sur les plaquettes et autres supports de communication, les enjeux environnementaux sont rappelés. Le groupe incite aussi à prendre conscience des enjeux liés aux produits de nettoyage et met à la disposition des clients des kits d'entretien composés de produits écologiques de la marque Rainett (partenaire du WWF).

### **Engagement 6.**

#### **Rendre des comptes chaque année sur les moyens déployés pour la mise en œuvre de ces engagements**

Le groupe présente notamment un rapport Développement durable dans son rapport annuel.

**N'y a-t-il pas ambiguïté, pour une ONG comme le WWF, à travailler avec (et pour) le secteur du tourisme, quand on pense que le simple fait de voyager participe au réchauffement climatique ?**

La philosophie de l'action du WWF, ce n'est pas de stopper toutes les activités humaines polluantes, mais de trouver, par la concertation et le dialogue, les solutions permettant de réduire les impacts négatifs de ces activités.

En matière de tourisme et de voyage, il y a fort à faire pour, "à périmètre équivalent" (c'est-à-dire, sans modifications des comportements de tourisme et de voyages), réduire à court et moyen terme les impacts de l'activité touristique sur l'environnement. C'est tout le sens de l'action que nous menons avec Pierre & Vacances ou avec les Gîtes Panda, par exemple.

À plus long terme, l'enjeu est, bien évidemment, de faire évoluer les comportements de tourisme et de voyage : développer le tourisme de proximité ; redécouvrir le plaisir du voyage en train, même pour les grandes distances (cf. l'Orient Express)... C'est ce que d'aucuns appellent le "tourisme lent".

Mais, force est de constater que le marché n'est pas encore prêt. Quand je participe à des réunions avec les voyageurs du tourisme responsable, pourtant sensibilisés aux problèmes environnementaux, et que je leur parle de faire voyager leurs clients en train sur de grandes distances, ils pensent que c'est de la provocation. Il faut savoir "laisser du temps au temps", tout en agissant immédiatement pour faire évoluer les consciences. C'est ce que le WWF s'efforce de faire chaque jour. ■

(\*) Propos recueillis par Claudine Chaspoul.