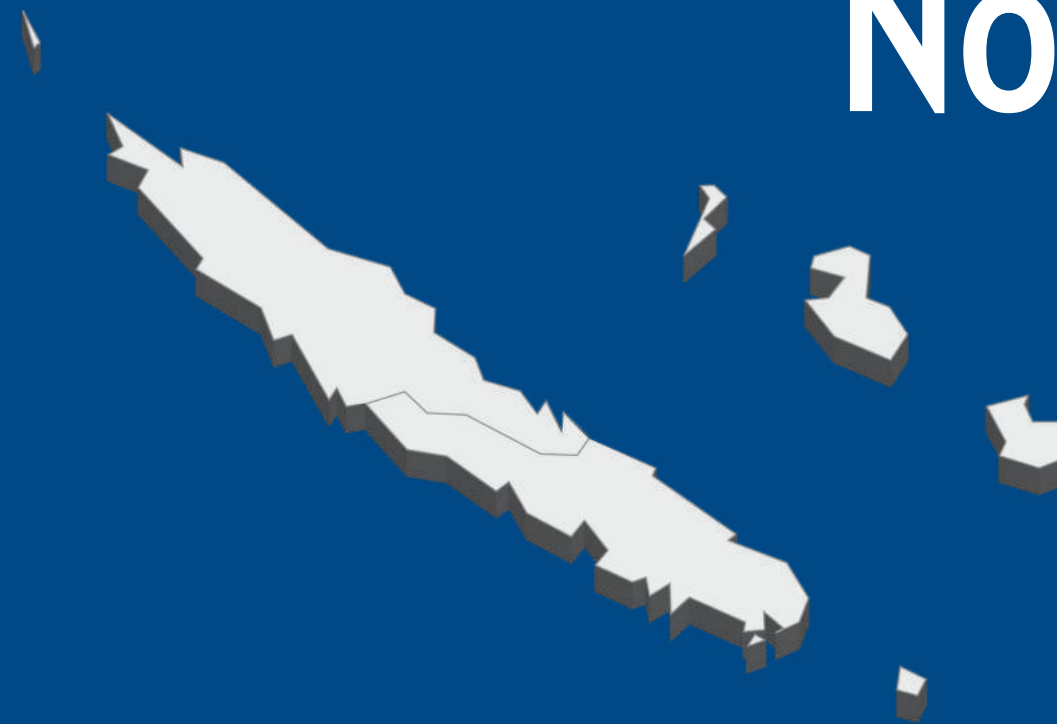


# TOURISME DURABLE

## Nouvelle Calédonie



2023

Restitution de l'enquête auprès des hébergeurs touristiques sur leurs pratiques et attentes en matière de Tourisme Durable





# Introduction

Aujourd'hui le tourisme est un des secteurs majeurs de l'économie mondiale. Ce secteur constitue l'un des **enjeux majeurs** du 21<sup>e</sup> siècle. Le tourisme en Nouvelle Calédonie contribue significativement à la **croissance économique** et au **développement** du pays.

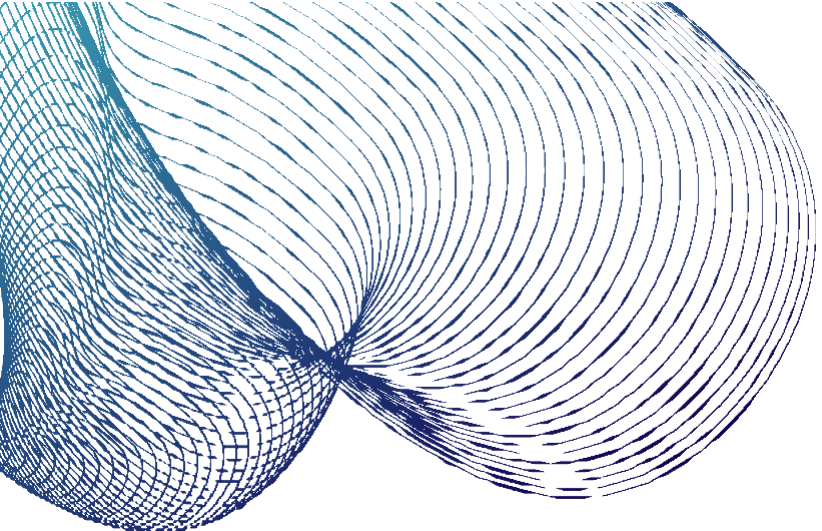
Plusieurs études ont montré que les hébergements sont considérés comme **le premier pas** et très souvent le pas essentiel voire unique du touriste, dans sa démarche de voyage durable, la demande étant la plus forte de ce point de vue. Un séjour dans un « logement écologique » permet une réduction de l'impact environnemental et de vivre une expérience locale pertinente.

Fort de ce constat, le défi pour les hébergeurs touristiques en terme de tourisme durable est le **maintien de l'entreprise dans le futur** tout considérant **les enjeux du développement durable**. Cette démarche doit prendre en compte les impacts environnementaux et sociaux du tourisme, ainsi que la promotion d'un tourisme **plus responsable et respectueux** de l'environnement.

C'est pourquoi la **Province Sud** vise à mettre en place une stratégie en faveur du tourisme durable avec plusieurs objectifs. Tout d'abord, **observer, structurer et valoriser** les données touristiques au profit d'une meilleure **connaissance** du secteur, puis favoriser **l'émergence** d'une offre touristique durable. Ces objectifs contribueront à la mise en place des **actions** en faveur d'un tourisme plus viable et respectueux de l'environnement.



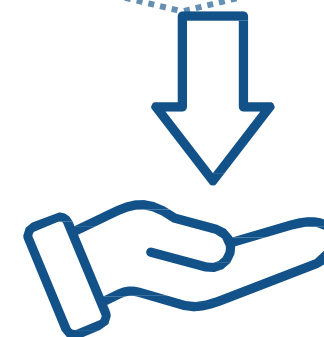
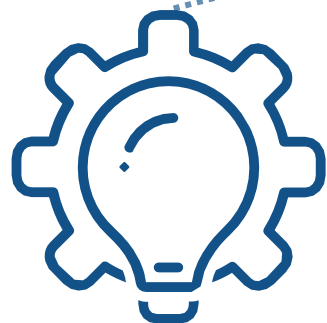
# SOMMAIRE



Profil des  
répondants

Engagement des  
hébergeurs

Nouvelle Calédonie, une  
destination durable



Objectifs et  
méthodologie

Sensibilité des  
hébergeurs

Besoins et accompagnements  
des hébergeurs





# Objectifs et méthodologie





# Les différents objectifs

Identifier les hébergements touristiques engagés dans une démarche touristique durable

Pour les hébergements non engagés, identifier les freins

Connaitre le degré de cet engagement et leurs pratiques en matière de développement durable dans leur activité

Évaluer leurs besoins en matière d'accompagnement vers un tourisme durable

Appréhender la perception des socio professionnels de la Nouvelle Calédonie et de la Province Sud en tant que destination durable

# La stratégie du service du tourisme

Réalisé en 2020, Vision Sud a pour objectif de fixer un cap, de décliner les grandes actions à réaliser par la Province Sud, sur **14 objectifs stratégiques** déclinés en **55 objectifs opérationnels**. Parmi ces 14 objectifs, nous retrouvons l'objectif stratégique suivant :

**OS11 : une Province qui pilote son tourisme et valorise l'authenticité dans la promotion de son offre**

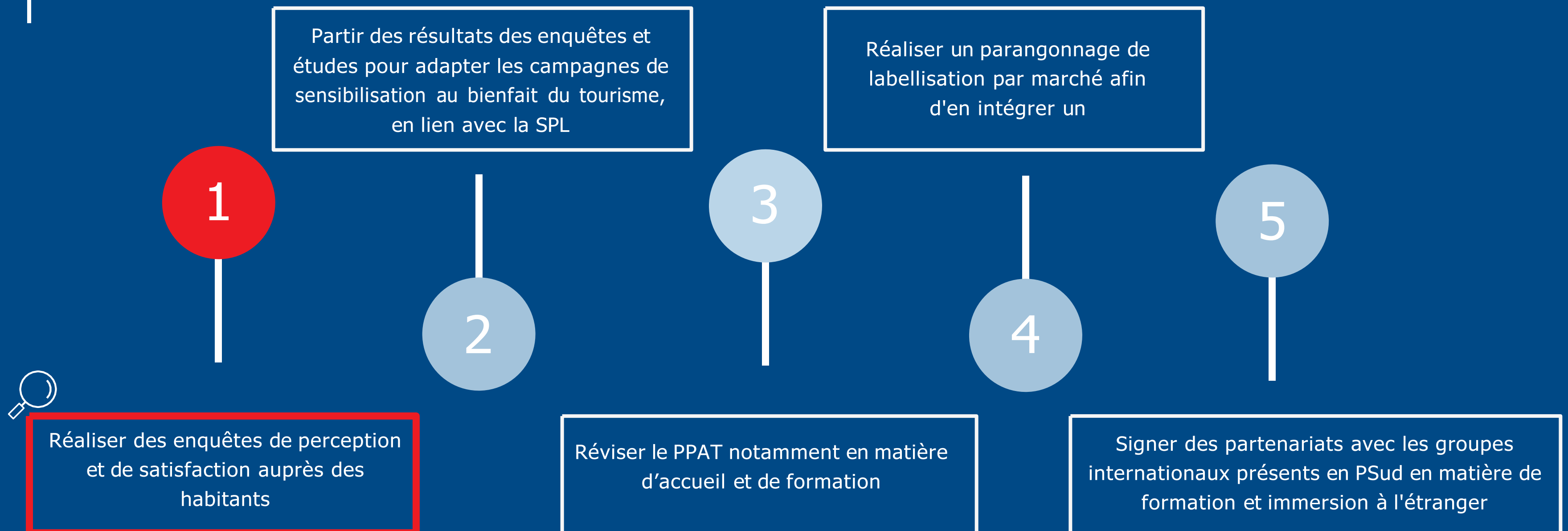
Cet objectif comprend **3 objectifs opérationnels** avec des actions à mettre en place.

Cette enquête s'inscrit dans deux des objectifs opérationnels, l'OP11.1 et l'OP11.3.



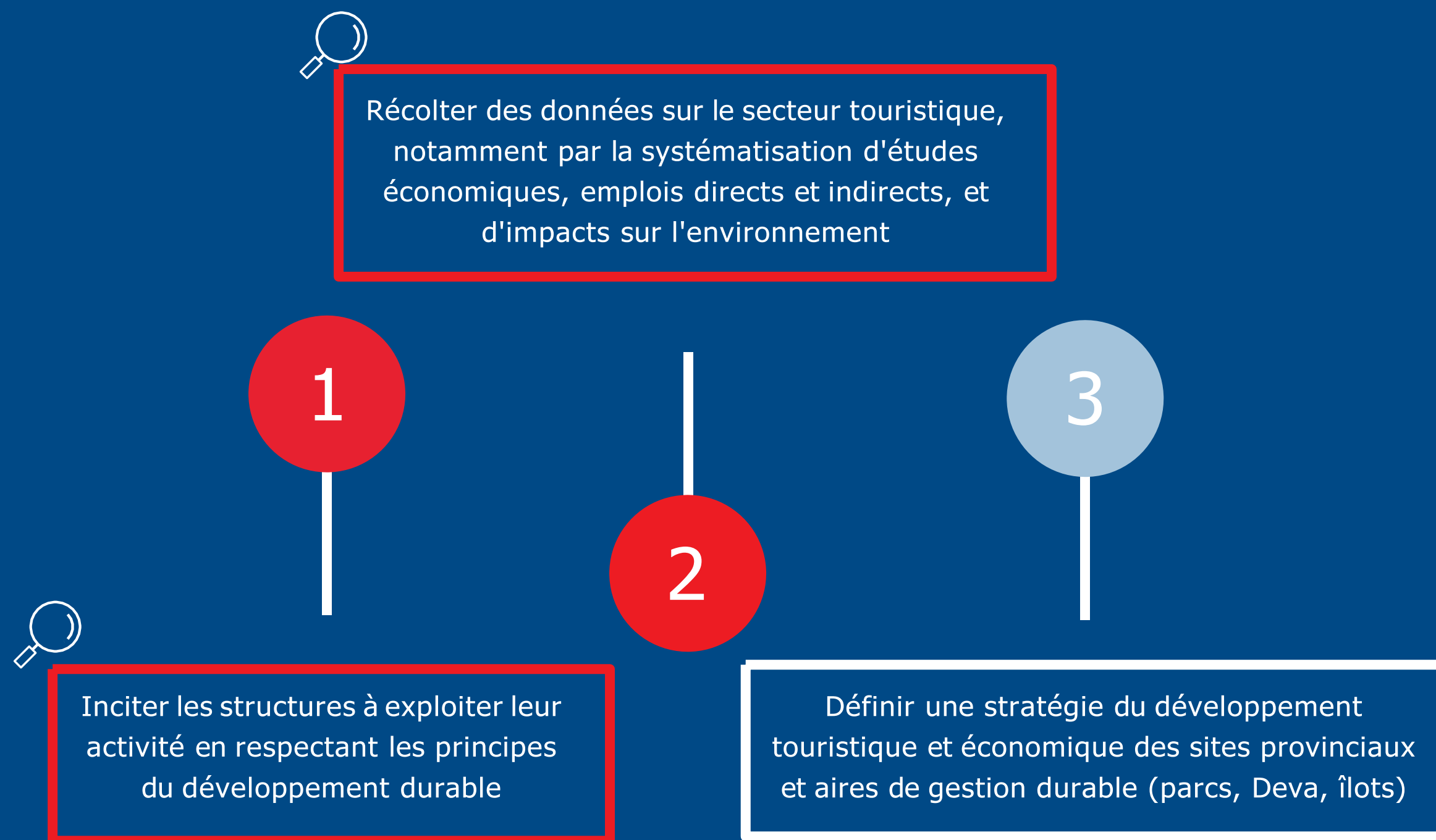


## OP11.1 : Faire de chaque calédonien un ambassadeur touristique de sa province



# 3

## 11.3 : Définir et piloter une stratégie touristique durable



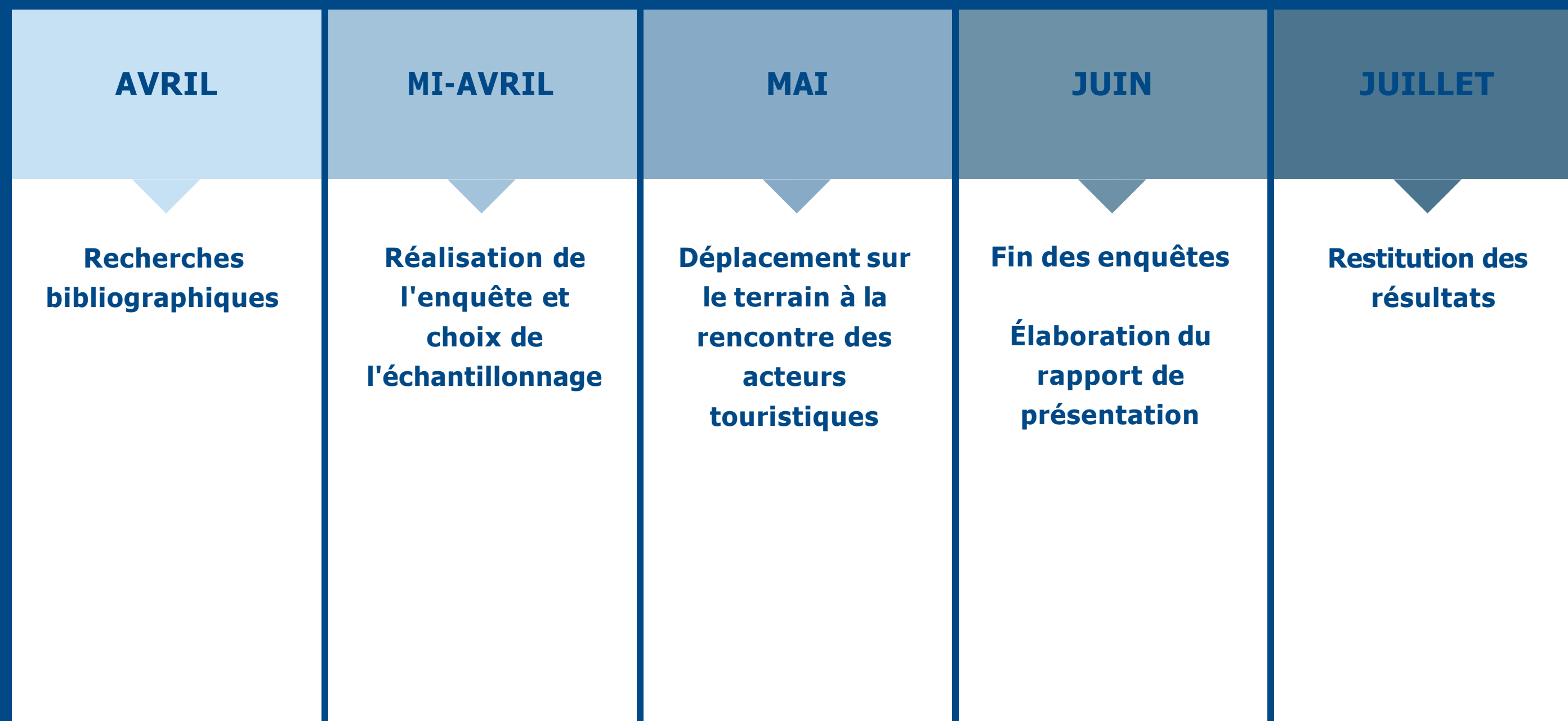


# Méthodologie

## Enquête par questionnaire

La Province Sud de la Nouvelle-Calédonie a mené une enquête par questionnaire auprès des différents types d'hébergements touristiques afin d'évaluer leur engagement en faveur d'un tourisme durable. Cette enquête a touché :

- les hébergements locatifs,
- les hébergements collectifs
- ainsi que les hôtels.



# Méthodologie

## Recherches bibliographiques

AVRIL

Recherches  
bibliographiques

Des recherches bibliographiques ont été faite en amont afin de pouvoir réaliser ce questionnaire.



**OMT | Organisation mondiale du tourisme, agence spécialisée de l'ONU**

L'OMT est l'institution des Nations Unies chargée de promouvoir un tourisme responsable, durable et universellement accessible.

[unwto.org](http://unwto.org)

### NOTRE MISSION

Avec une prévision de 2 milliards de touristes internationaux à l'échelle mondiale pour 2030, l'industrie touristique ne sera pas durable sans une évolution certaine de tous les métiers.

[tourisme-durable.org /](http://tourisme-durable.org/)

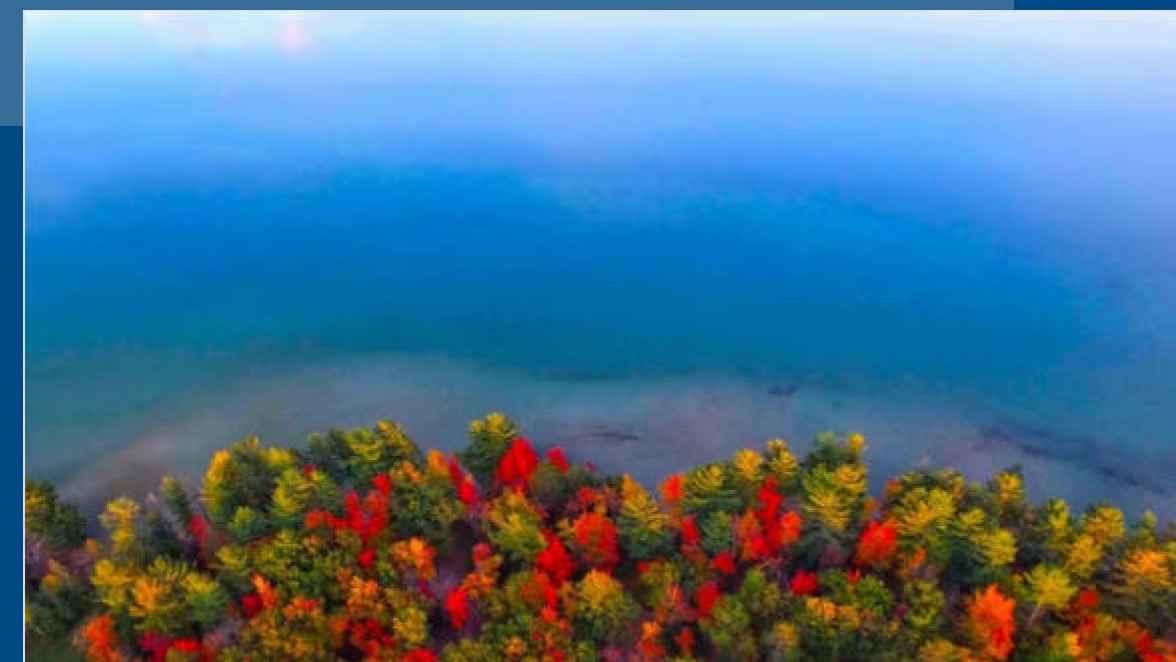
### OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



### 17 Objectifs de développement durable

Les 17 Objectifs

L'Agenda 2030 en France / Aug 2



### UNEP and the Sustainable Development Goals

UNEP is the global champion for the environment with programmes focusing on sustainable development, climate, biodiversity and more.

 UNEP



# Méthodologie

## Réalisation de l'enquête et choix de l'échantillonnage

MI-AVRIL

Réalisation de  
l'enquête et  
choix de  
l'échantillonnage

Afin d'orienter au mieux le questionnaire vers la question de durabilité, trois thèmes ont été choisis.



SENSIBILITÉ



Évaluer le degré de sensibilité des répondants quant à la démarche touristique durable, que ce soit à titre **personnel** ou **professionnel** et d'identifier les **leviers** qui pourraient encourager ces hébergeurs à s'engager davantage dans une telle démarche.



ENGAGEMENT



Mesurer l'engagement des hébergeurs et d'identifier les **freins** des différents acteurs en matière de développement durable au sein de leur structure.



ACCOMPAGNEMENT



**Agir en fonction des freins et leviers** relevés durant l'enquête.

# Méthodologie

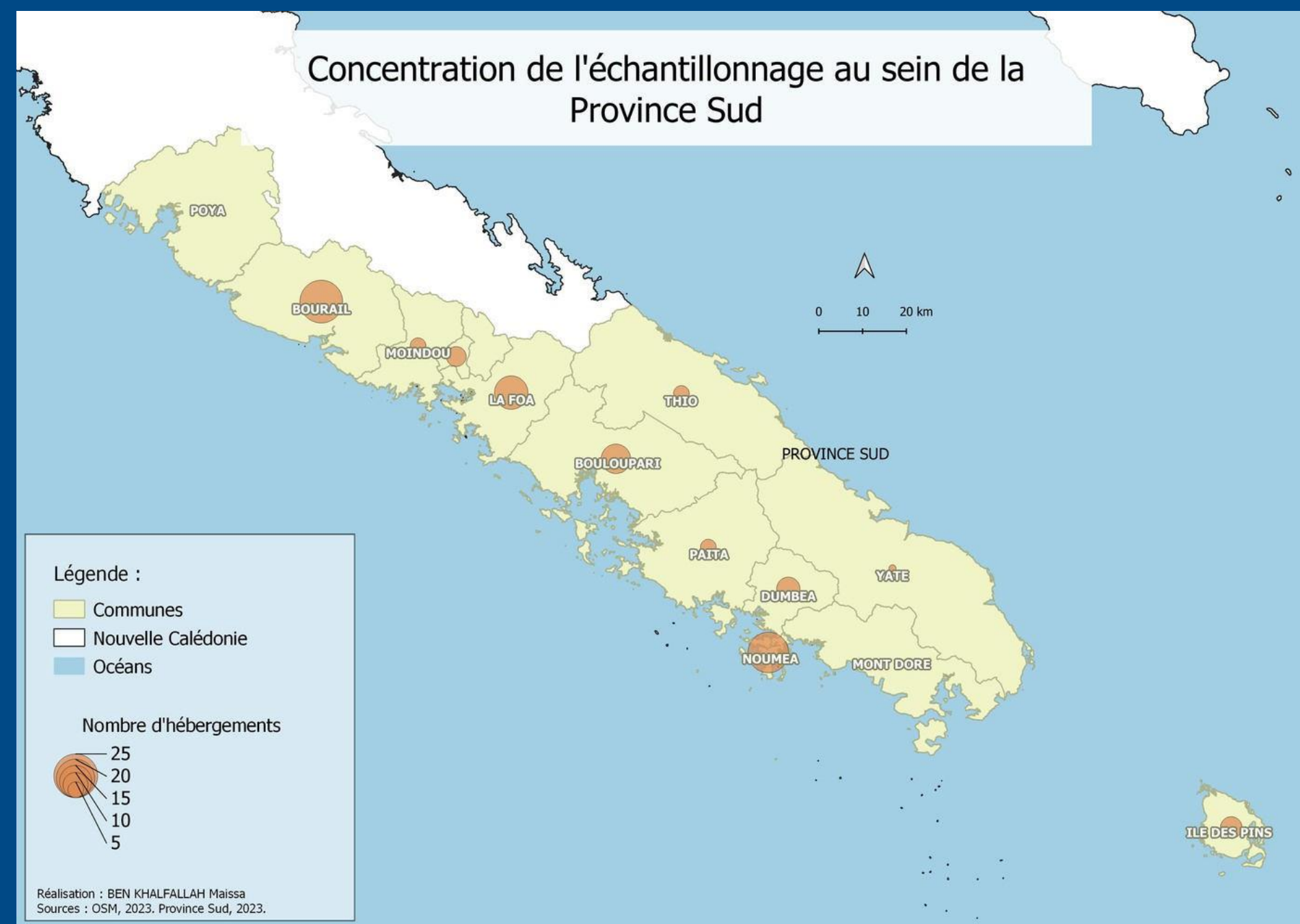
## Déplacement sur le terrain à la rencontre des acteurs touristiques

MAI

Déplacement sur  
le terrain à la  
rencontre des  
acteurs  
touristiques

La Province Sud compte 178 hébergements touristiques. Le choix de l'échantillonnage s'est orienté vers les hébergements locatifs et les hôtels, donc 125 hébergeurs contactés par mail, téléphone ou sur place. Parmi ces hébergements, nous retrouvons :

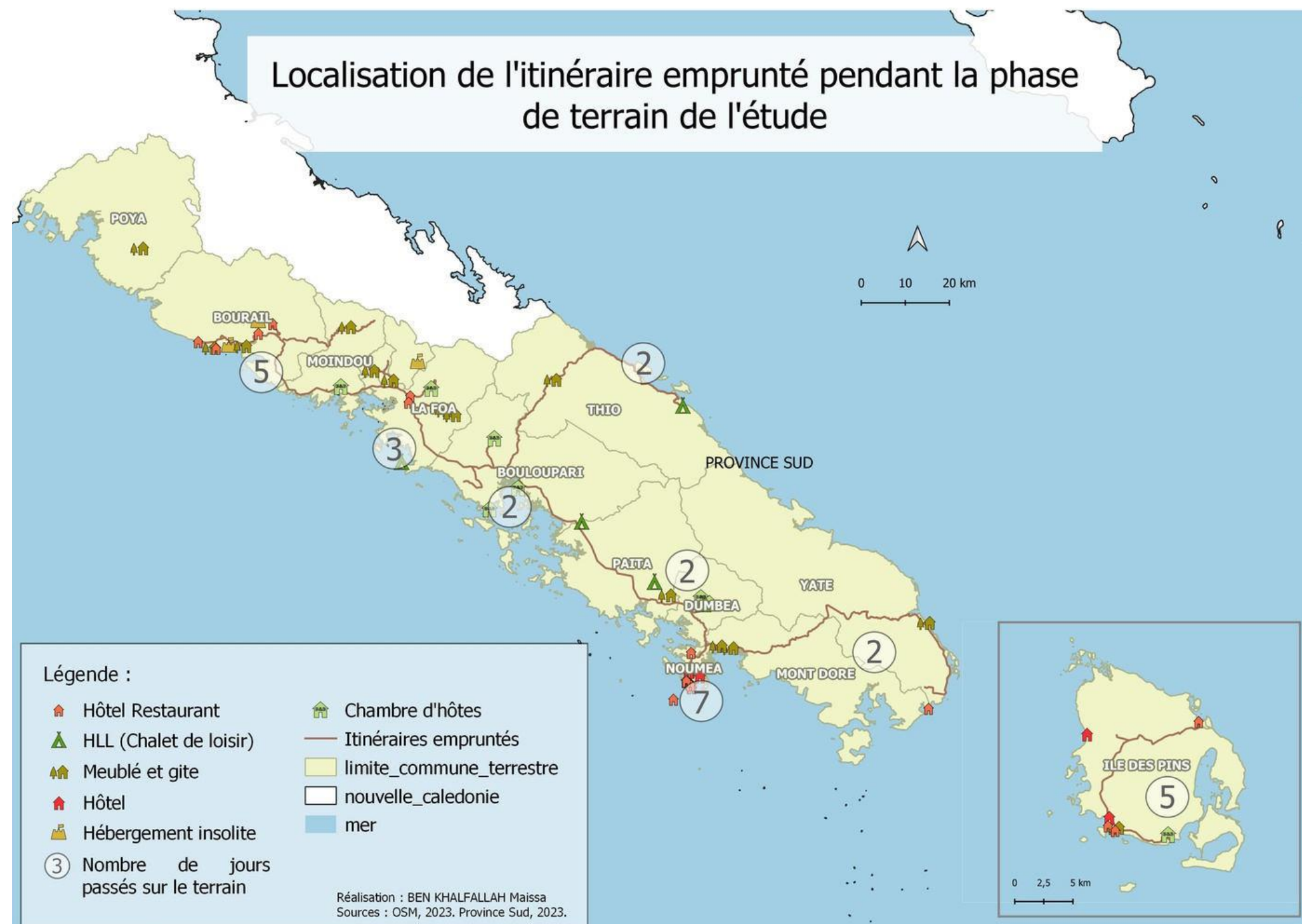
- les hôtels,
- les hôtels restaurants,
- les gîtes meublés,
- HLL (chalets de loisirs),
- les hébergements insolites
- et les chambres d'hôtes.





# Méthodologie

## Déplacement sur le terrain à la rencontre des acteurs touristiques



**39** C'est le nombre d'entretiens effectués sur place

**28** C'est le nombre de jours passés sur le terrain

**5** C'est le nombre de jours où des entretiens ont été réalisés le week-end

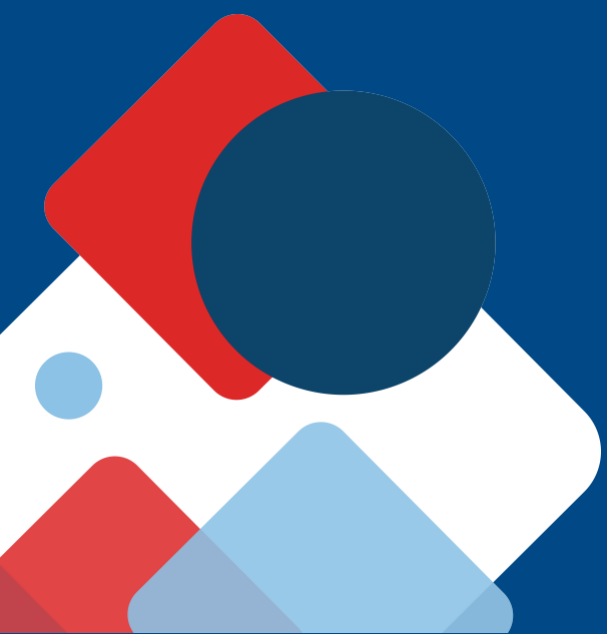
**4** C'est le nombre d'hébergeurs qui ne se sont pas présentés au rendez vous sur place



**37.6%**  
de répondants

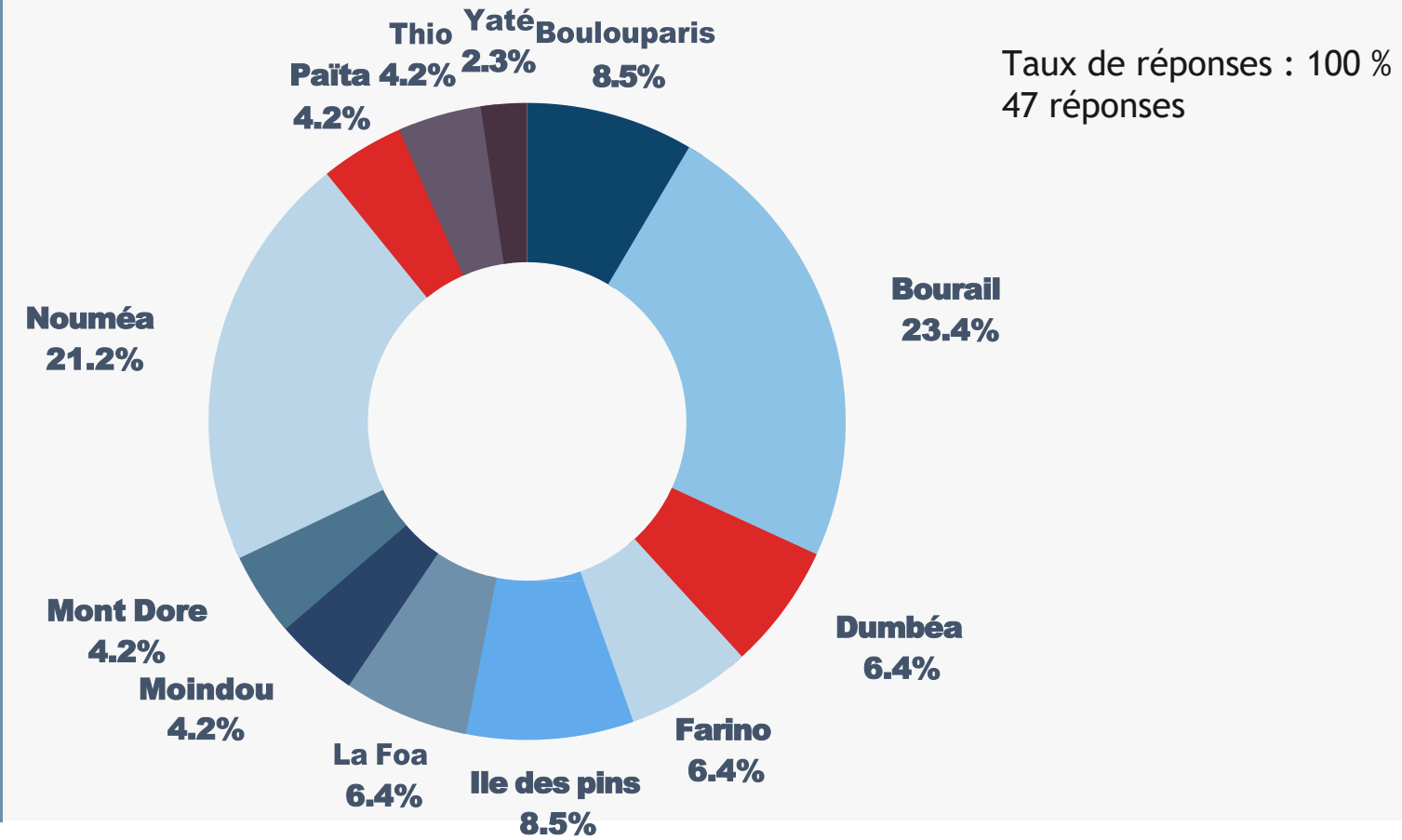


# Profil des répondants

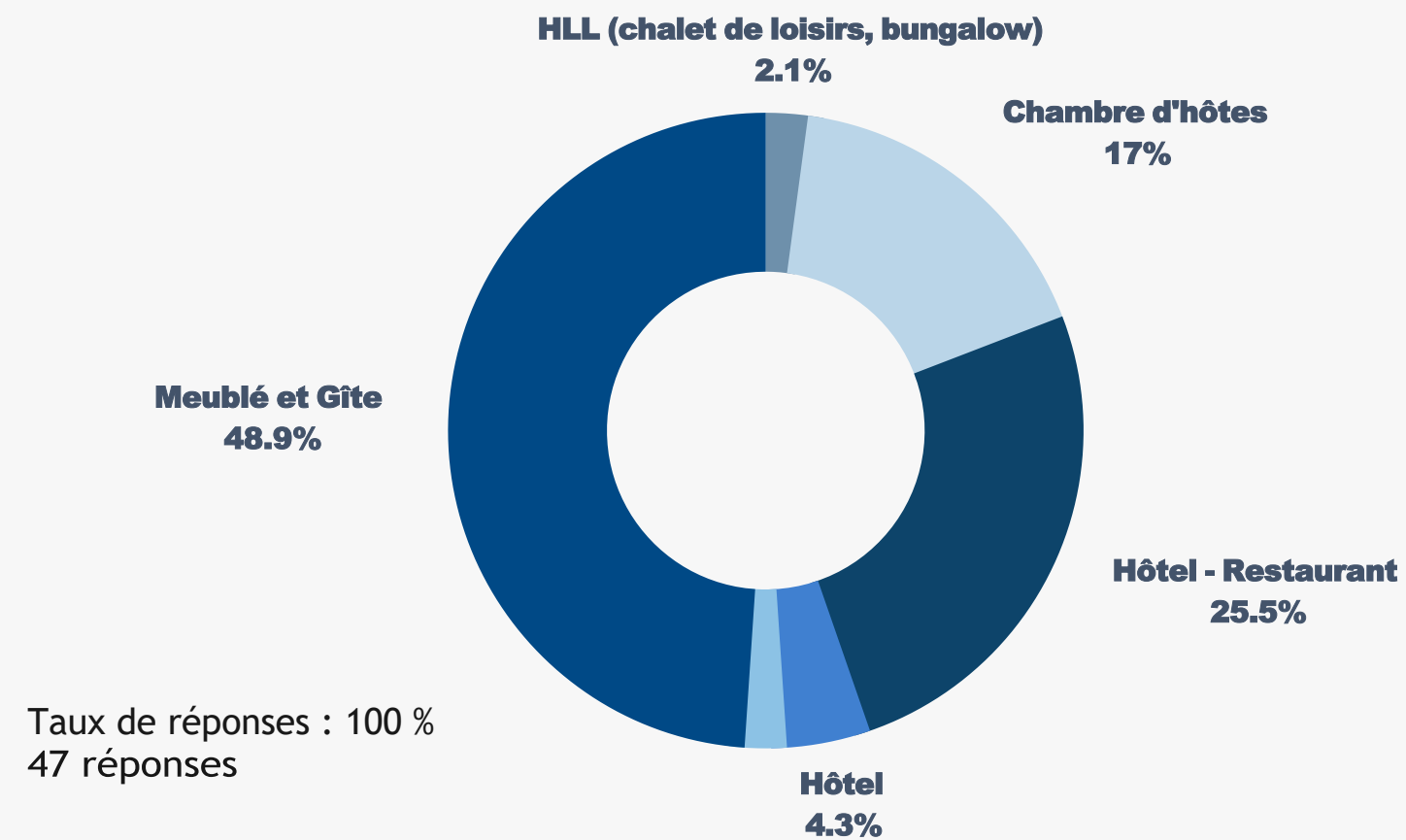




## TAUX D'ENTRETIENS RÉALISÉ PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



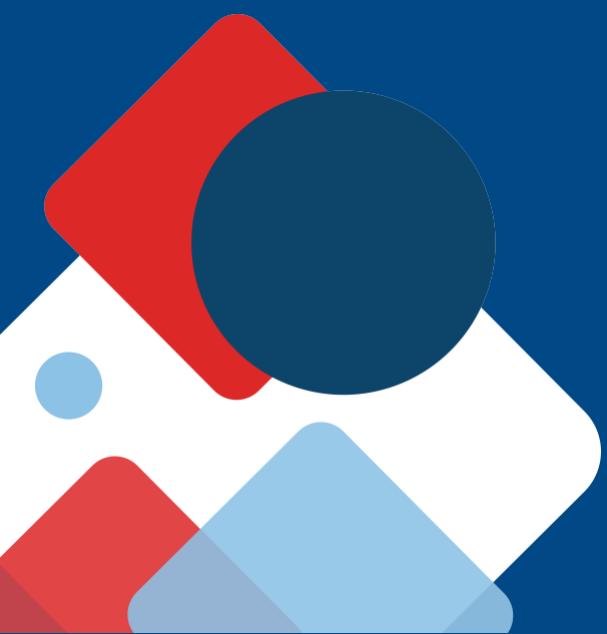
## RÉPARTITION DES ENTRETIENS PAR TYPE D'HÉBERGEMENT







# Sensibilité des hébergeurs





Des répondants convaincus des enjeux relatifs au développement durable et au tourisme durable

## SENSIBILITÉ AU DÉVELOPPEMENT DURABLE

100 %

Taux de réponses : 97.9%  
46 réponses

## SENSIBILITÉ AU TOURISME DURABLE

100 %

Taux de réponses : 100%  
47 réponses

Pour quels raisons sont ils sensibles ?



\*Taille des mots proportionnelle au nombre de fois évoqués

## Parole des interrogés

**"Le nouveau mode de tourisme"**

*"Pour les mêmes raisons que le développement durable"*

**"Je ne connais pas ce terme"**

*"Réduire l'impact du tourisme sur l'environnement pour le préserver pour nos générations futures"*

## Comment le tourisme peut jouer un rôle clé dans la réalisation des objectifs de développement durable ?



**1 PAS DE PAUVRETÉ**  
Réduction de la pauvreté en créant des opportunités économiques pour les communautés locales.



**6 EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT**  
Promotion de l'utilisation responsable de l'eau et de l'accès à l'assainissement.



**11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES**  
Développement de villes et de communautés durables.



**16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES**  
Promotion de la paix, de la justice et du respect des droits de l'homme.



**2 FAIM «ZÉRO»**  
Promotion de l'agriculture locale et de la sécurité alimentaire.



**7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE**  
Encouragement à l'utilisation d'énergies propres et durables.



**12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES**  
Promotion de la consommation et de la production responsables.



**17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS**  
Collaboration et partenariats pour atteindre les objectifs de développement durable.



**3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE**  
Promotion de modes de vie sains et d'un accès aux services de santé.



**8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE**  
Création d'emplois décents et de croissance économique locale.



**13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES**  
Lutte contre les changements climatiques dans le secteur touristique.



**4 ÉDUCATION DE QUALITÉ**  
Soutien à l'éducation locale et à l'échange interculturel.



**9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE**  
Investissement dans les infrastructures touristiques durables et les nouvelles technologies.



**14 VIE AQUATIQUE**  
Protection des écosystèmes marins et de la vie aquatique.



**5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES**  
Promotion de l'égalité des sexes dans l'industrie touristique.



**10 INÉGALITÉS RÉDUITES**  
Promotion d'une répartition équitable des bénéfices économiques du tourisme.



**15 VIE TERRESTRE**  
Préservation des écosystèmes terrestres et de la biodiversité.



Réalisation : BEN KHALFALLAH Maissa 2023, Source : OMT

Voici les **17 objectifs de développement durable** des Nations Unie dans le **programme 2030**, à atteindre. Le tourisme durable et responsable peut jouer un rôle clé dans la réalisation de ces objectifs en intégrant les aspects sociaux, économiques et environnementaux dans la planification et la gestion des destinations touristiques, (Le tourisme dans le Programme 2030 | UNWTO, s. d.-b).

## Parmi ces objectifs, quels sont ceux pour lesquels les hébergeurs touristiques sont les plus sensibles ?

Le tourisme en Nouvelle-Calédonie a la capacité de contribuer à tous les Objectifs de Développement Durable (ODD), en particulier aux **ODD 8, 12 et 14** qui concernent respectivement une croissance économique durable, des modes de consommation durables et la préservation des océans et des ressources marines.



Selon les répondants de l'étude, les deux ODD les plus importants pour le secteur touristique de Nouvelle-Calédonie sont **les ODD 12 et 14**, avec respectivement **57% et 53% des hébergeurs touristiques sensibles à ces enjeux**. Cela témoigne de l'importance accordée à la **responsabilité environnementale et sociale** dans le secteur du tourisme.

En revanche, seulement **40%** des hébergeurs interrogés sont sensibles à **l'objectif 8**, lié à une croissance économique durable. Il est important de souligner que cet objectif est essentiel pour atteindre un développement durable, car il concerne l'amélioration des conditions de travail, la promotion de l'entrepreneuriat et la croissance économique inclusive.

Par ailleurs, **72% des répondants** voient l'importance **d'une utilisation d'eau responsable et d'un accès à l'assainissement** pour une démarche durable dans le secteur du tourisme. Cette prise de conscience est impérative pour assurer une gestion durable des ressources naturelles et préserver l'environnement.



## 10 indicateurs pour piloter sa démarche de tourisme durable

Afin de mettre en place une politique de tourisme durable efficace, il est crucial de modifier notre perspective et de redéfinir la notion de performance touristique en se basant sur de **nouveaux indicateurs**.

C'est pourquoi l'**Association du Tourisme Durable** (ATD) s'est investie dans ce domaine et propose maintenant le guide "*Mesurer autrement sa performance touristique : Guide méthodologique sur les indicateurs d'une destination durable*", (Atd, s. d.).

-   
1 Réduire ses émissions de gaz à effet de serre
-   
2 Maîtriser sa consommation d'eau
-   
3 Maîtriser sa consommation d'énergie
-   
4 Maîtriser sa production de déchets
-   
5 Protéger les espaces naturels fragiles
-   
6 Encourager les mobilités douces
-   
7 Assurer la satisfaction des visiteurs, des habitants, des professionnels
-   
8 Former les professionnels au tourisme durable
-   
9 Favoriser l'accès au tourisme pour tous
-   
10 Favoriser les retombées économiques sur le territoire



Parmi les enjeux ci-dessous de l'ATD, quels sont ceux qui sont importants pour vous ?



68%  
30%  
2%  
0%  
0%



79%  
19%  
2%  
0%  
0%



70%  
25%  
4%  
0%  
0%



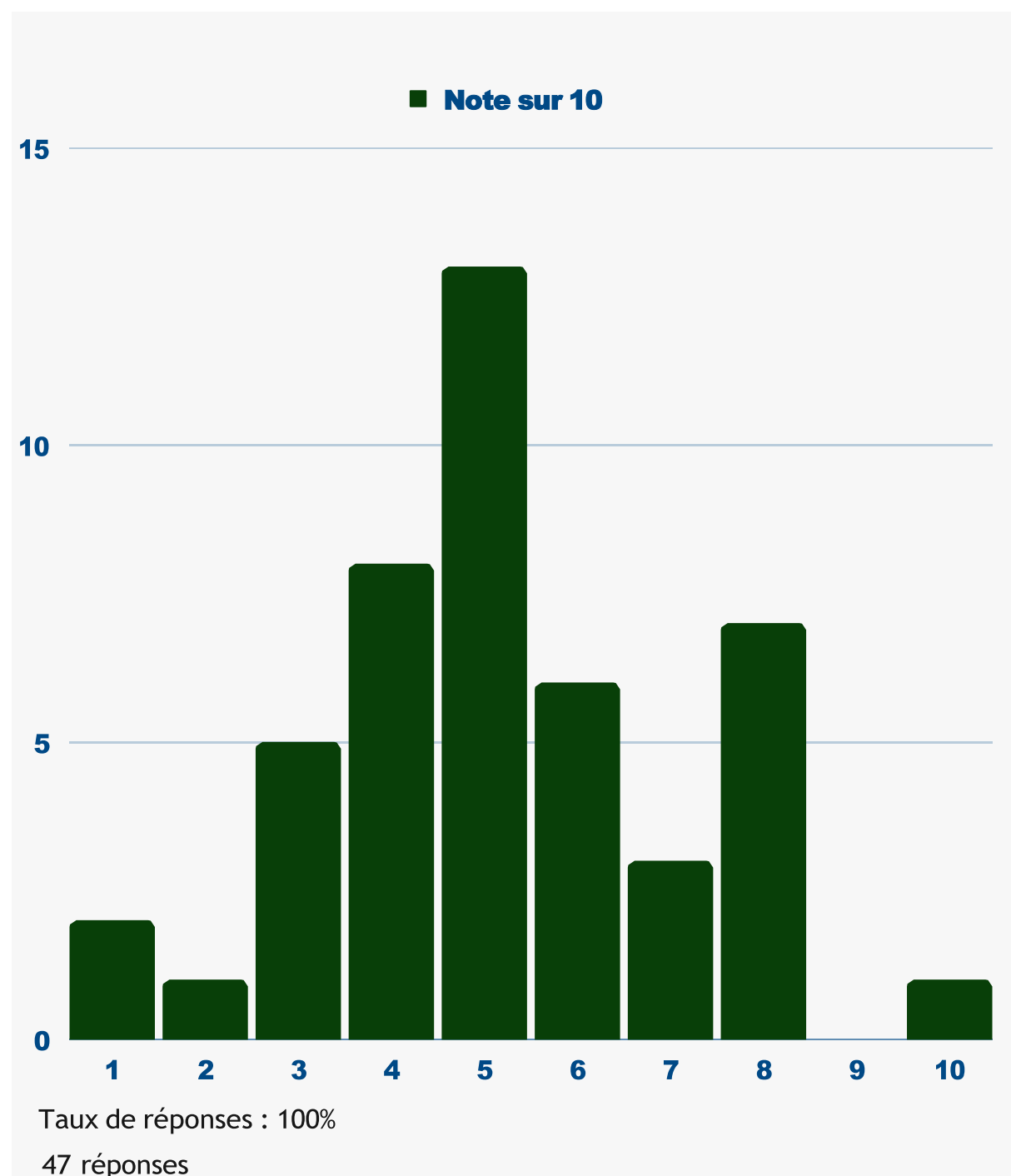
76%  
17%  
6%  
0%  
0%



74%  
19%  
6%  
0%  
0%

Les résultats montrent que les **3/4 des répondants** attachent une grande importance à **cinq enjeux** clés parmi les dix proposés pour piloter une démarche touristique durable en Nouvelle-Calédonie. Cette prise de conscience témoigne de l'importance accordée à la responsabilité environnementale et sociale dans le secteur touristique, (voir annexe n°1).

## L'impact du secteur du tourisme en Nouvelle Calédonie selon les enquêtés



POUR VOUS, SUR UNE ÉCHELLE DE 1 À 10, COMMENT LE SECTEUR DU TOURISME CONTRIBUE T-IL AU RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE ?

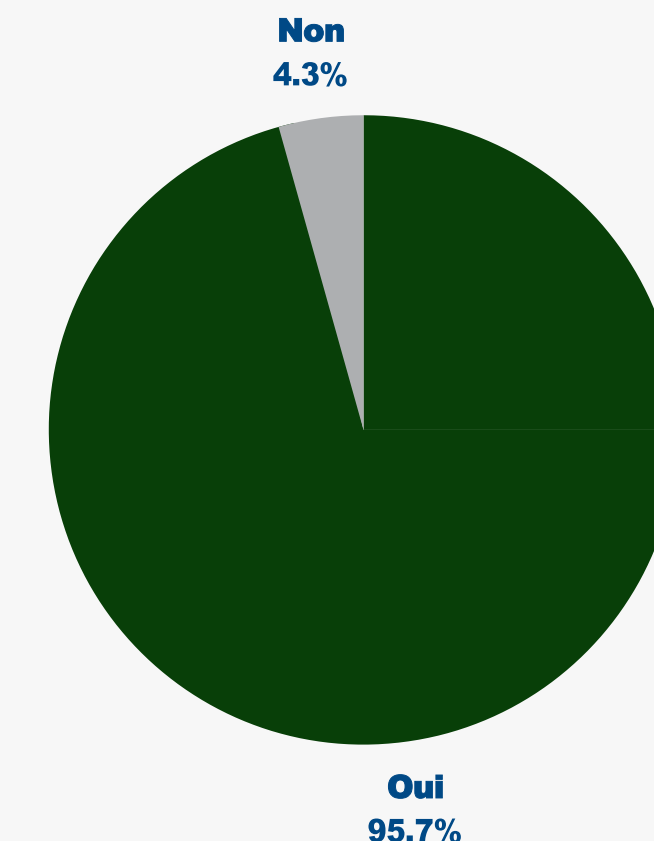
Selon les répondants, le secteur touristique aurait une contribution moyenne de **5.2/10** aux changements climatiques.



Bien que les deux tiers d'entre eux ne considèrent pas que le tourisme soit la première cause du changement climatique, **95%** pensent qu'il est tout de même important que le secteur limite son impact sur l'environnement

*Sur des structures comme nous non, on est déjà au top. Mais quand on parle des croisières, toutes ces choses de tourisme de luxe où tout est à outrance. C'est ce tourisme là qui pose problème.*

Dans le détail, **25% des répondants** ont évoqués le problème des croisiéristes et des paquebots, tandis que **12%** ont mentionné l'impact environnemental de l'avion et les émissions de carbone qu'il engendre.

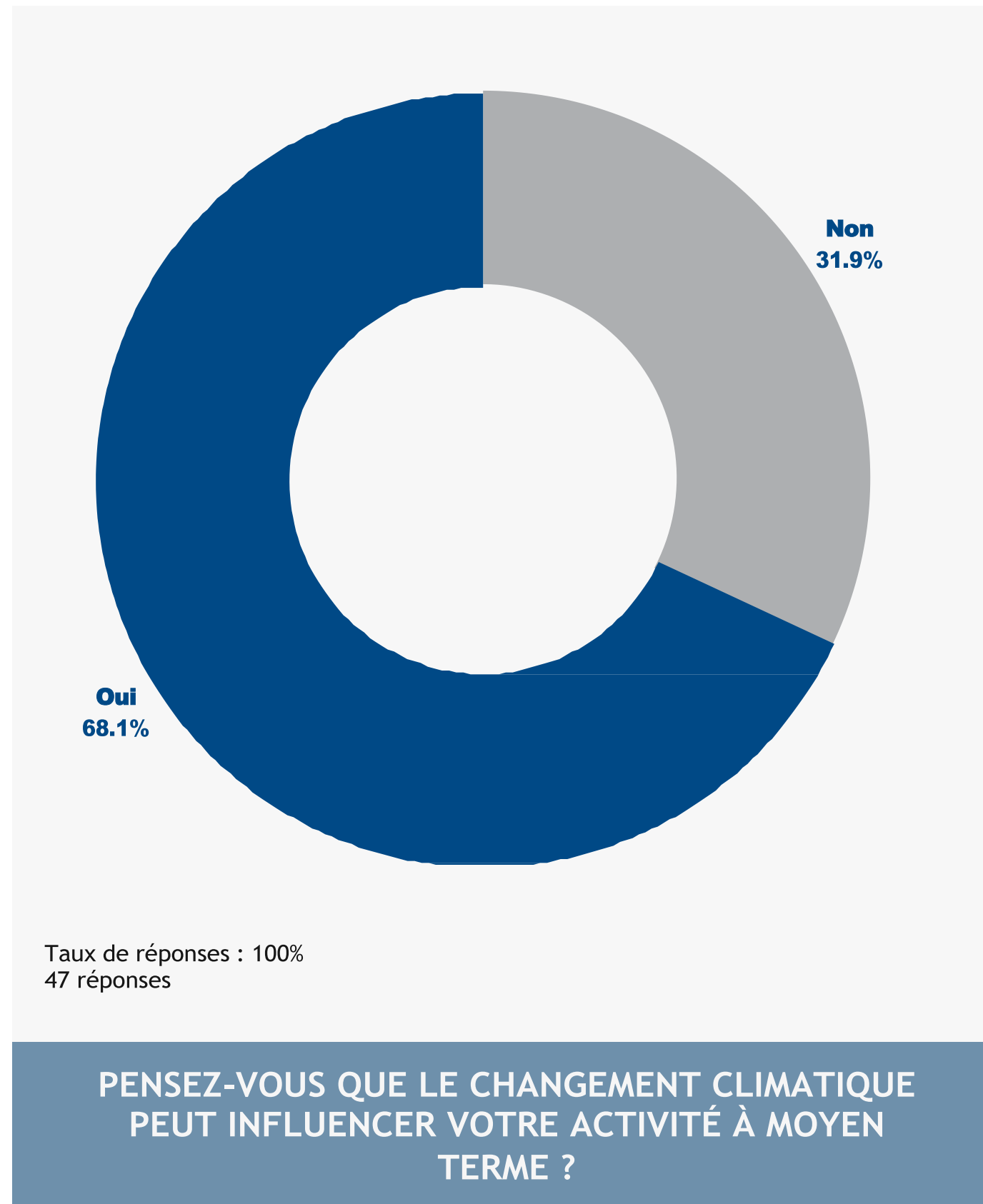


Taux de réponses : 100%  
47 réponses

PENSEZ-VOUS QUE LE SECTEUR DU TOURISME DEVRA À L'AVENIR LIMITER SON IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT ?



## Conséquences du changement climatique sur l'activité touristique en Nouvelle-Calédonie



Plus de **deux tiers** des répondants ont exprimé la  **crainte** que le changement climatique puisse influencer leur activité touristique à moyen terme.

Les  **différentes conséquences** que  **pourraient** subir les hébergements à moyen terme, selon eux :

La nina  
Fermeture des plages Incendies  
Sécheresses Incertitude sur la météo  
Vagues de chaleurs La montée des eaux  
Cyclone Inondations Requins  
Grosses pluies Saisons qui tendent à changer  
Taux d'humidité **Erosion des plages**  
Baisse des visiteurs

\*Taille des mots proportionnelle au nombre de fois évoqués

Les hébergeurs ont cité **plusieurs conséquences** potentielles telles que l'augmentation des températures et les événements climatiques extrêmes (cyclones, pluies torrentielles), qui pourraient impacter les infrastructures touristiques et **affecter négativement** l'expérience des visiteurs (annulation de leur séjour).



# Engagement des hébergeurs



## La démarche envers la clientèle

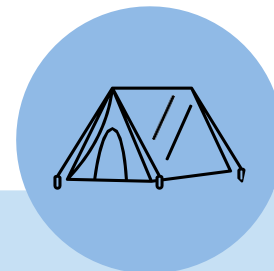
Selon les hébergeurs touristiques, la **démarche éco-responsable** des clients obtient une note moyenne de **2,7 sur 5**. Cette évaluation met en avant le besoin de **sensibiliser et d'encourager** les touristes à adopter des comportements responsables.



Vu les actions que nous avons mises, les gens font très attention et sont là pour ça. De toute manière ils ne peuvent pas faire autrement, le seul soucis ça peut être les lumières



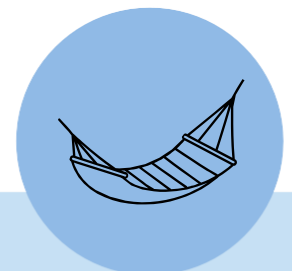
Il y en a qui mettent la clim a fond et qui dorment avec des couettes.



Ils sont très respectueux quand ils viennent ici



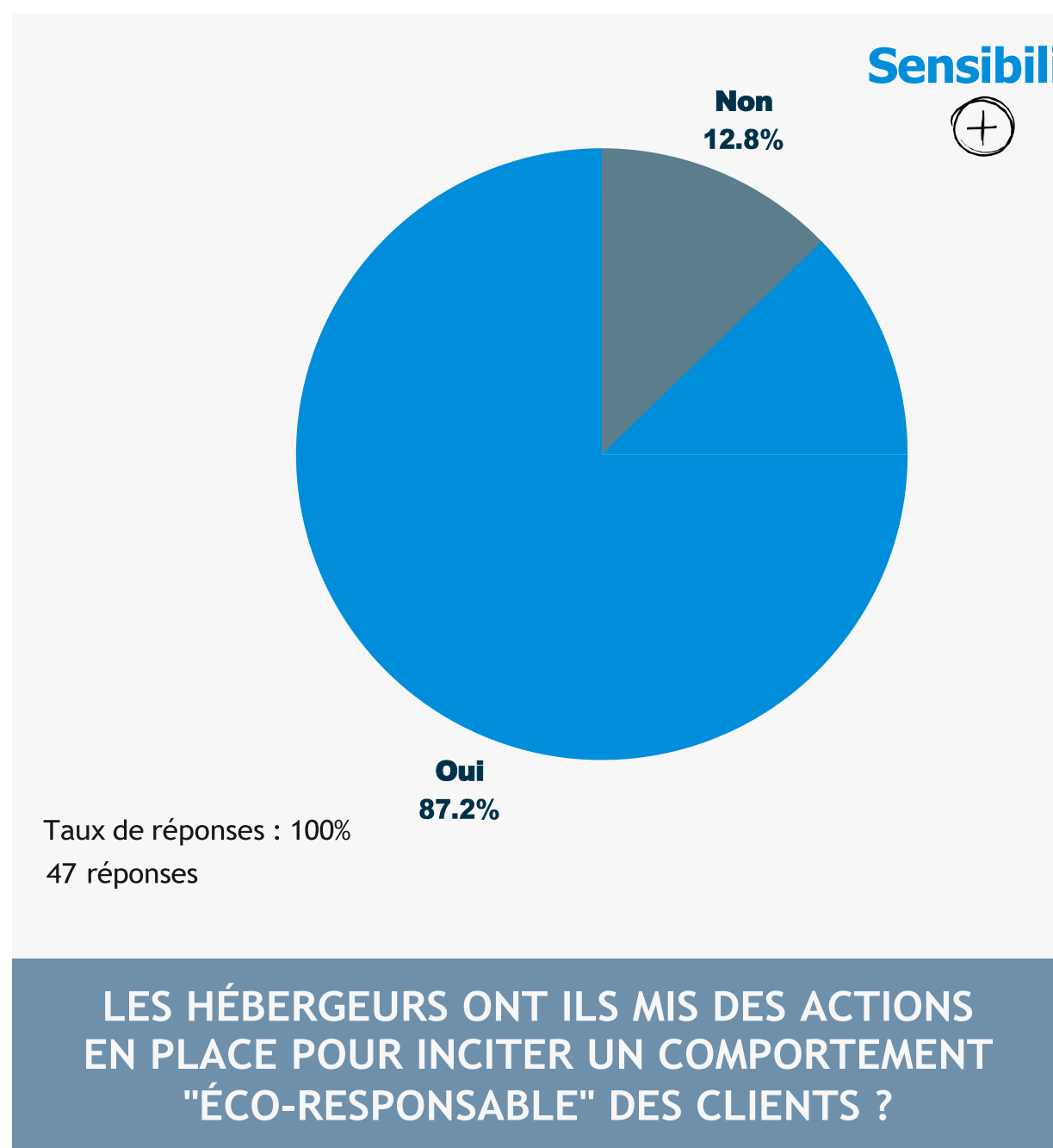
Ils s'en foutent complètement, c'est le dernier de leur soucis.



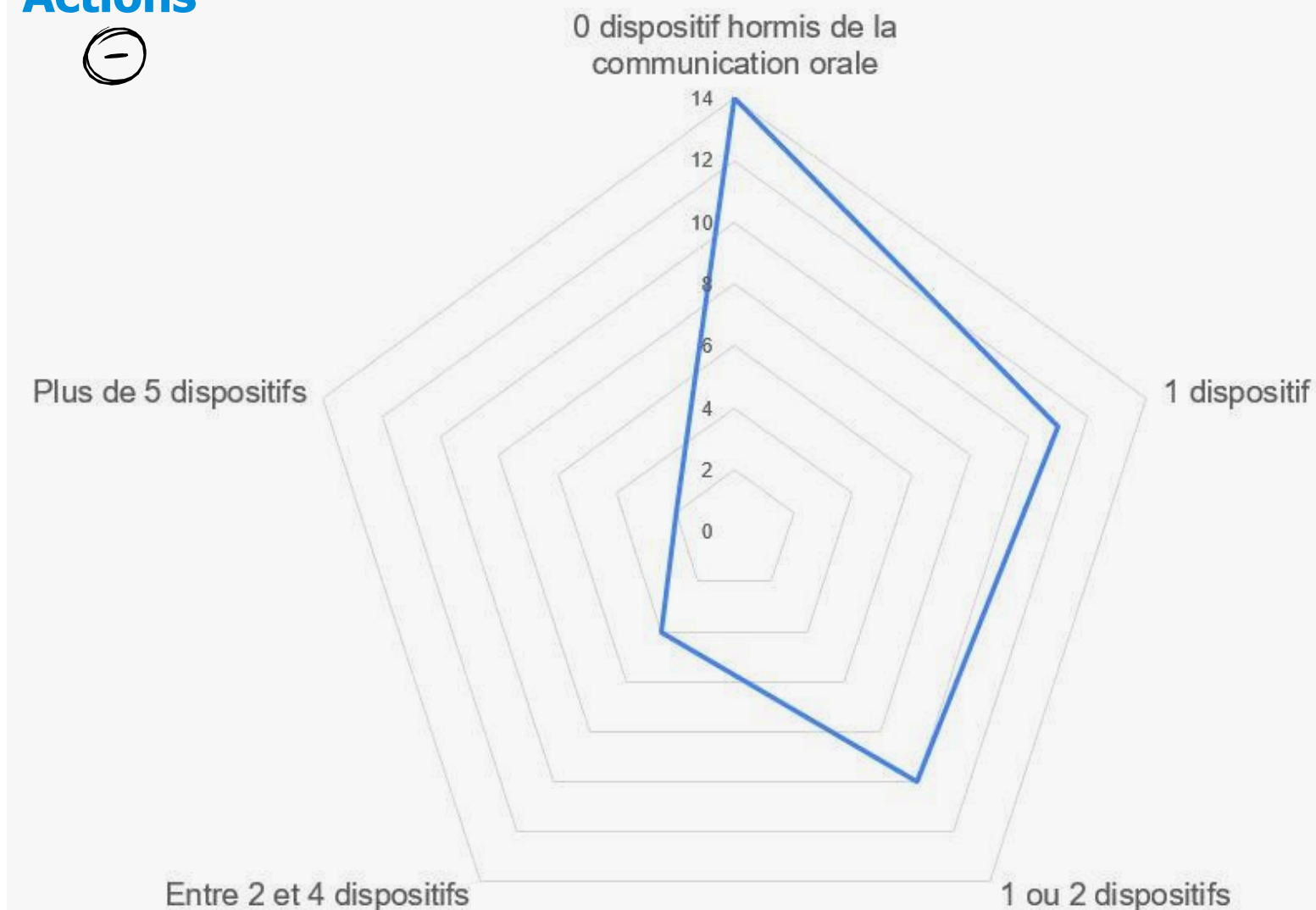
Certains usent trop de climatiseurs et laissent des lumières allumées en leur absence

## La démarche envers la clientèle

- **87,2% des hébergeurs touristiques** ont mis en place des actions pour encourager un comportement écoresponsable de leurs clients.
- La plupart n'ont déployé **qu'une ou deux mesures concrètes**, principalement la mise à disposition de bacs de tri sélectif.
- On constate un **premier décalage** entre la sensibilité de développement durable et les actions réellement entreprises.



## Actions



**DISPOSITIFS MIS EN PLACE PAR LES HÉBERGEURS TOURISTIQUES**



## Quelques dispositifs mis en place par les hébergeurs pour les clients



Un livret d'accueil



Des poubelles de  
tris sélectifs



Des affiches de  
sensibilisation



Un compost à  
disposition



Des autocollants de sensibilisation  
(douches, robinets, lumières)



Une charte éco responsable  
dans les chambres

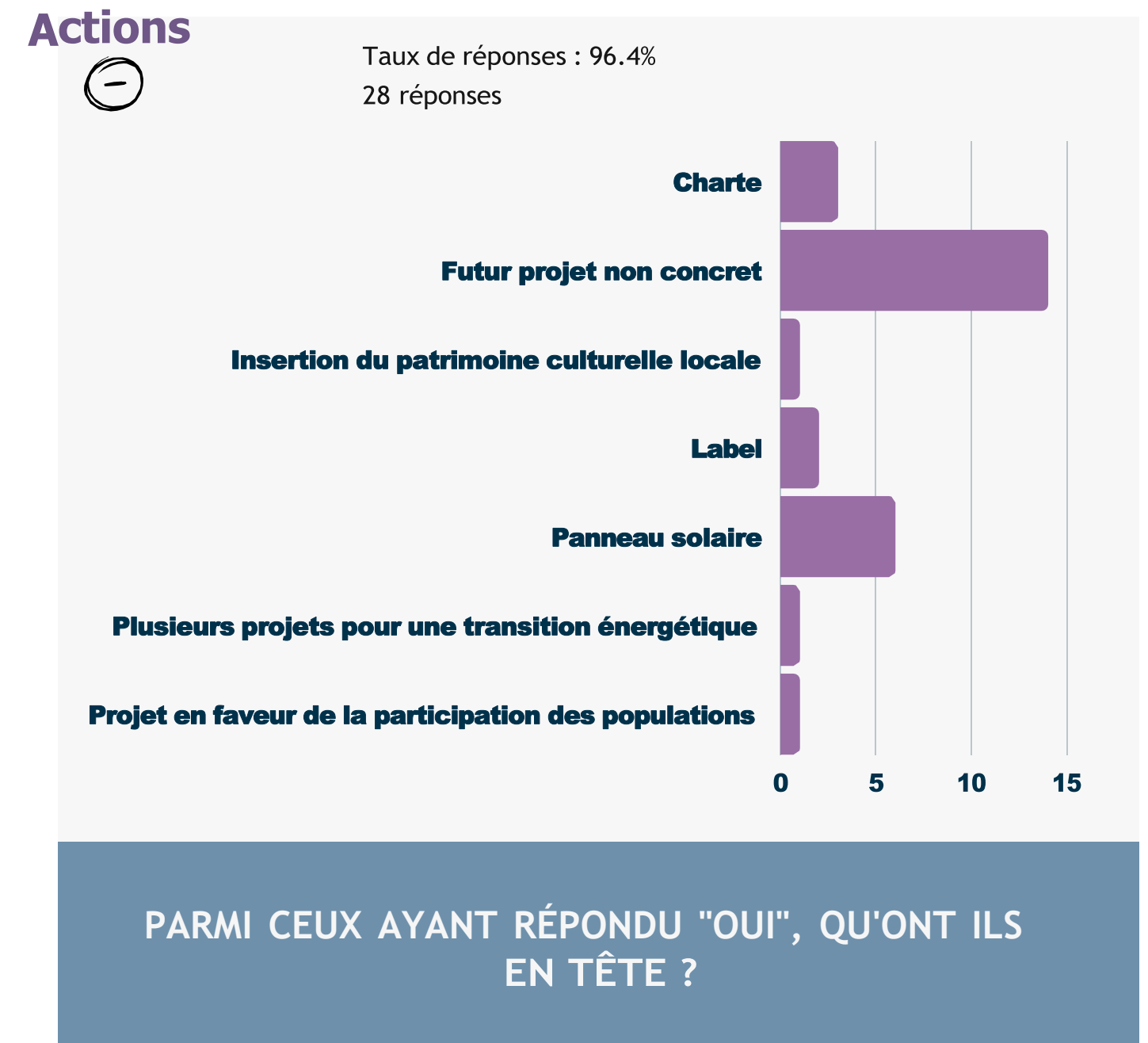
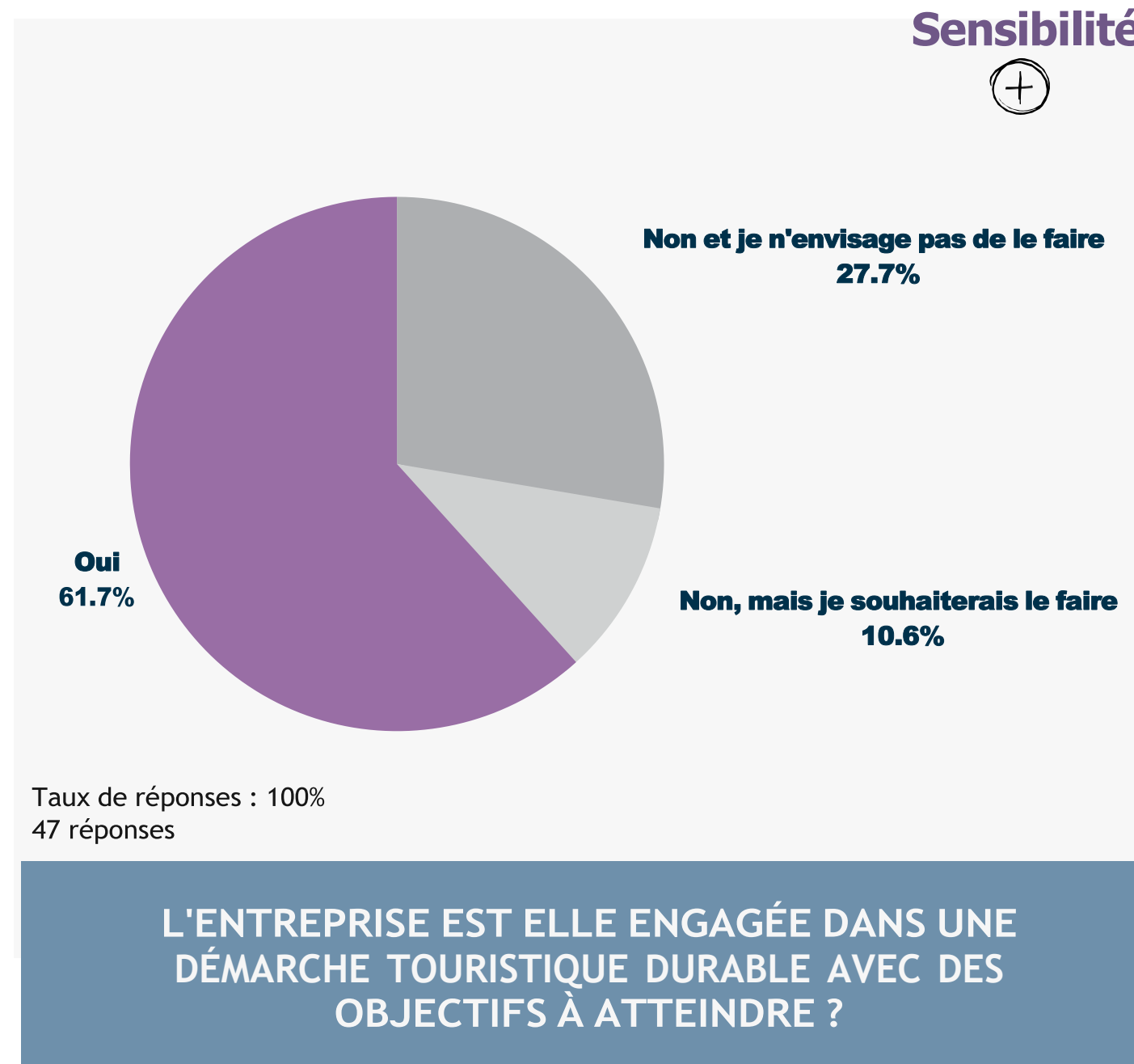


Limiteur de température  
climatisation



Lumière automatique

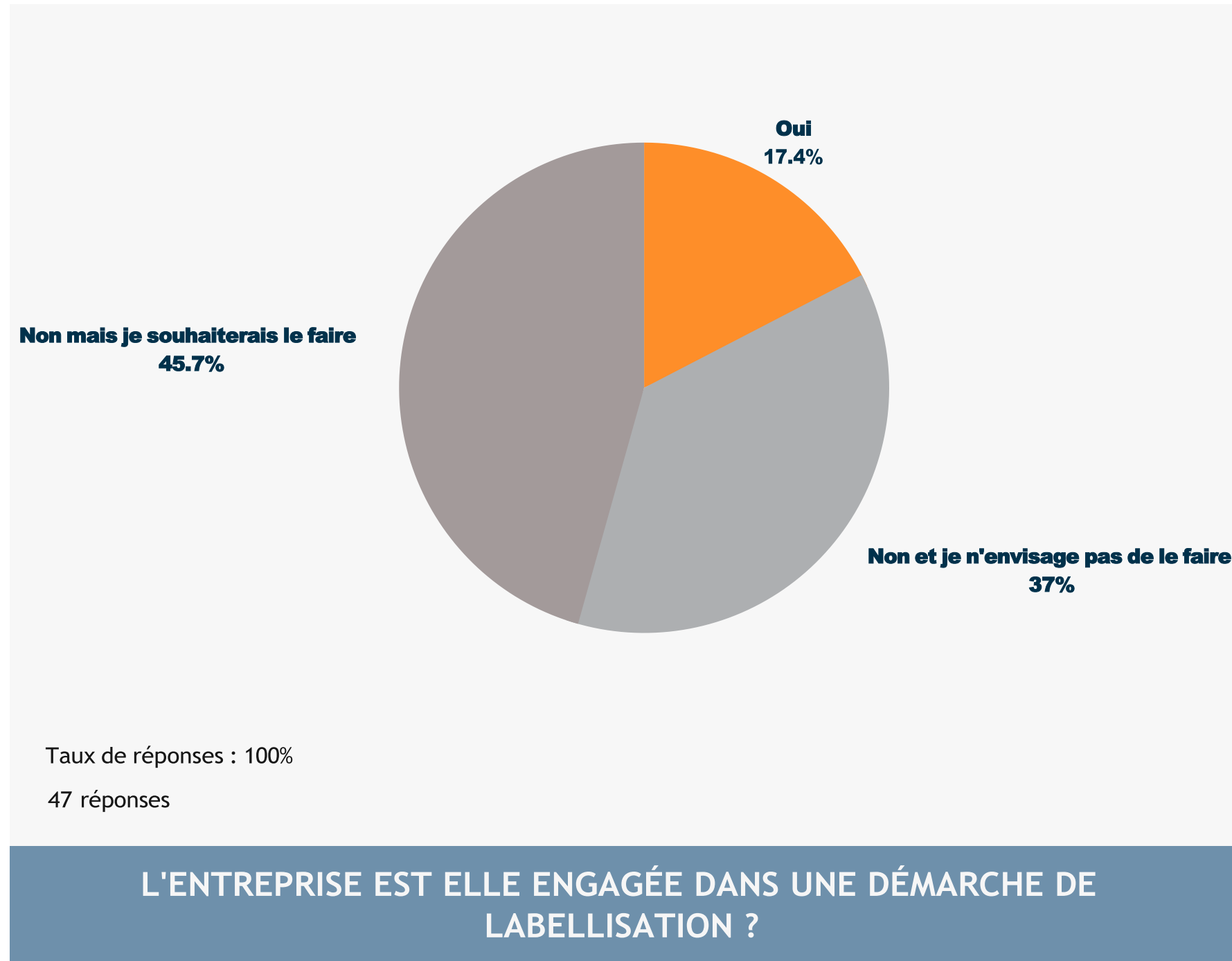
## Une démarche touristique durable à venir



- **Plus d'un tiers** des hébergeurs touristiques interrogés ne sont pas engagés dans une démarche touristique durable avec des objectifs à atteindre.
- **La moitié n'ont pas de projet concret** inscrit en faveur de la transition environnementale.
- On constate un **second décalage** entre l'intérêt accordé au développement durable par l'ensemble des répondants et la réalité de l'engagement concret des hébergeurs touristiques.

## Une démarche de certification ou labellisation

L'étude révèle un **troisième décalage** entre la sensibilisation au développement durable et leur engagement concret dans une démarche de labellisation.



Cependant, plusieurs répondants ont exprimé des difficultés qu'ils rencontrent pour répondre aux attentes d'un label. Pour le label clé verte, ils soulignent notamment :

- Le **nombre excessif de questions**,
- des **questions non adaptées** au territoire,
- ou encore un **manque de temps et d'organisation** pour préparer le dossier.

### SENSIBILITÉ AU DÉVELOPPEMENT DURABLE

100 %

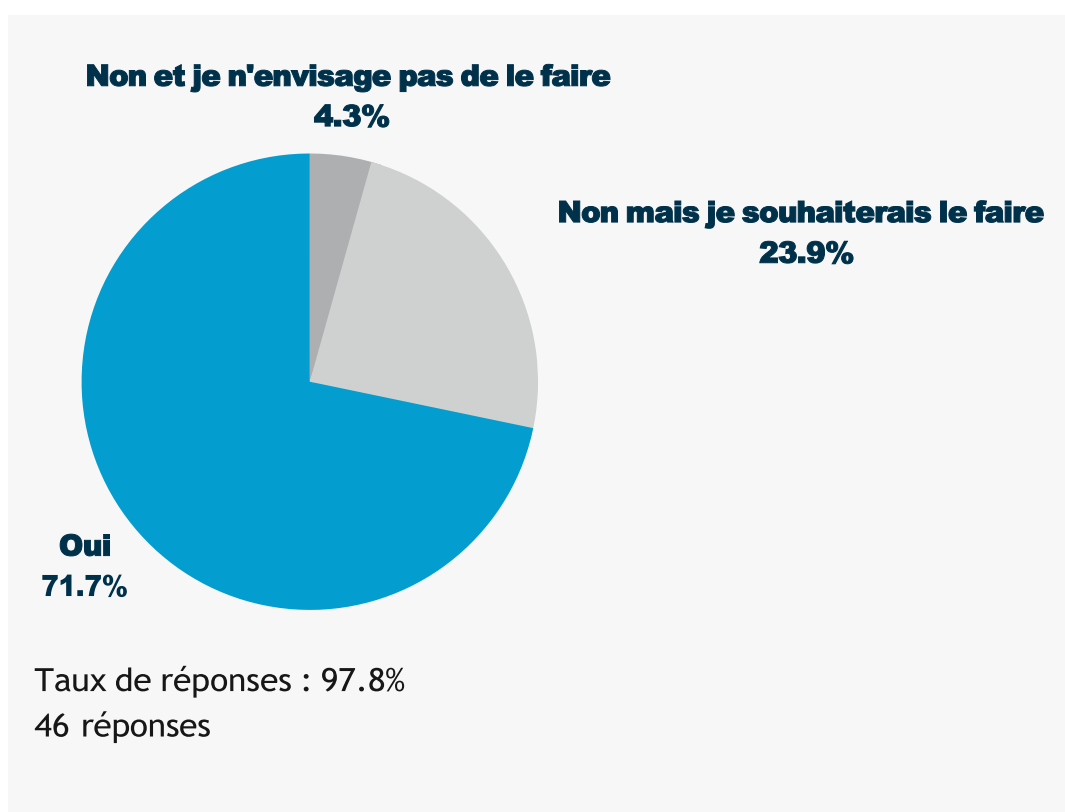
Taux de réponses : 97.9%  
46 réponses



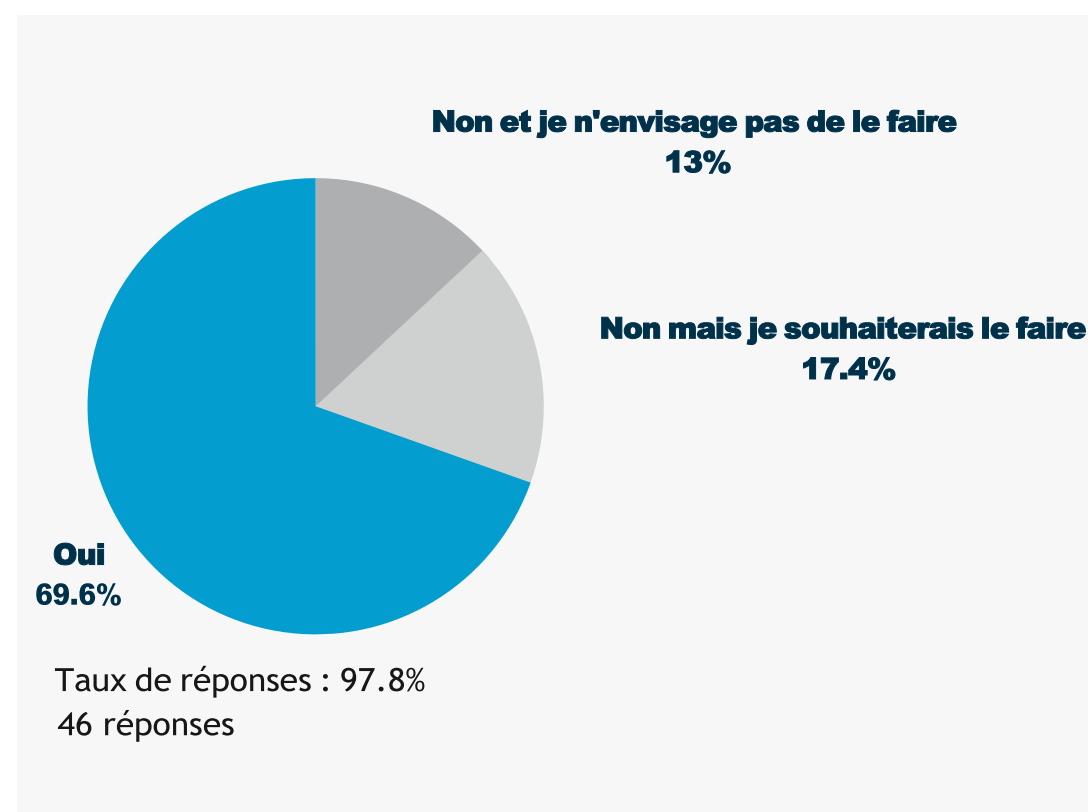
## Des investissements ?

Malgré le **faible taux d'engagement** des hébergements touristiques dans **une démarche de labellisation, d'une démarche envers les clients ou encore de futur projets**, l'étude montre que des **actions concrètes** sont mises en place pour adopter des pratiques durables.

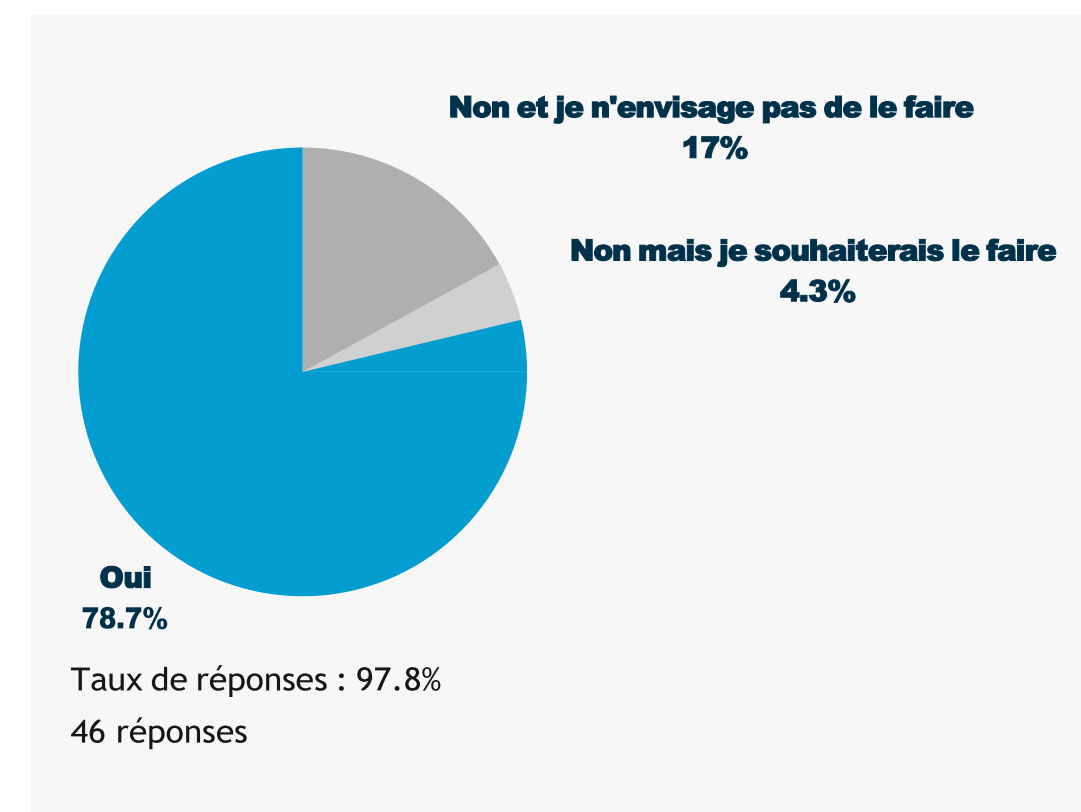
En effet, en moyenne, **70%** des hébergeurs interrogés ont investi dans des mesures pour **réduire leurs impacts environnementaux**.



L'ENTREPRISE A ELLE ENGAGÉE DES INVESTISSEMENTS POUR RÉDUIRE SON IMPACT ÉNERGÉTIQUE ?

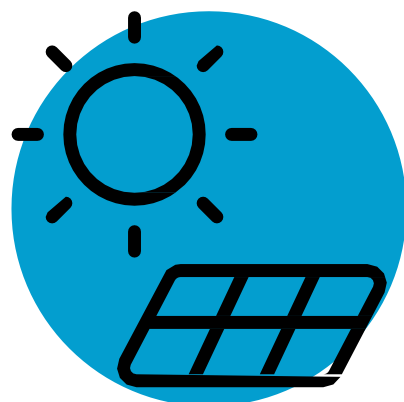


L'ENTREPRISE A ELLE ENGAGÉE DES INVESTISSEMENTS POUR RÉDUIRE SA CONSOMMATION D'EAU ?

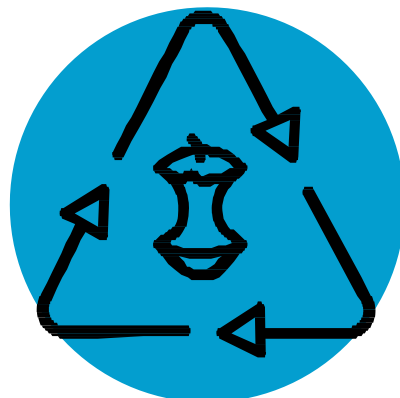


L'ENTREPRISE A ELLE ENGAGÉE DES INVESTISSEMENTS EN MATIÈRE DE RÉDUCTION ET TRI DES DÉCHETS ?

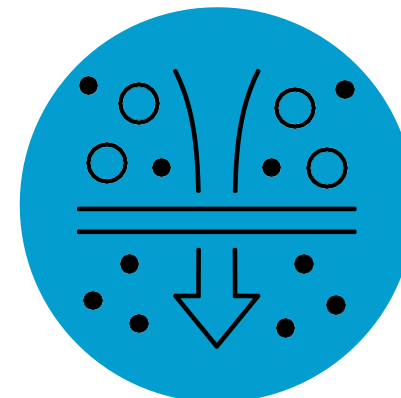
## Exemples d'investissements



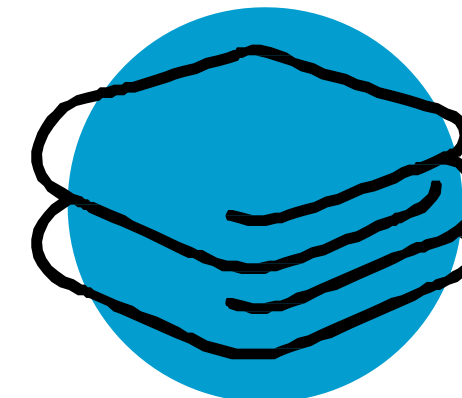
Panneau solaire



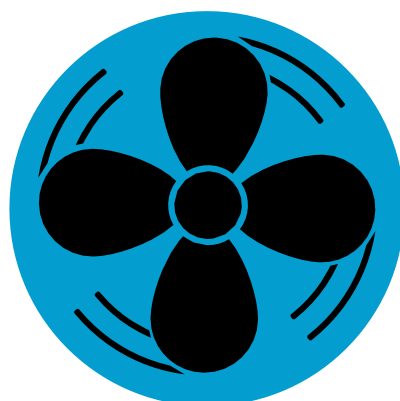
Compost



Osmoseur



Linge changé sur demande



Brasseur d'air



Machine produits ménagers



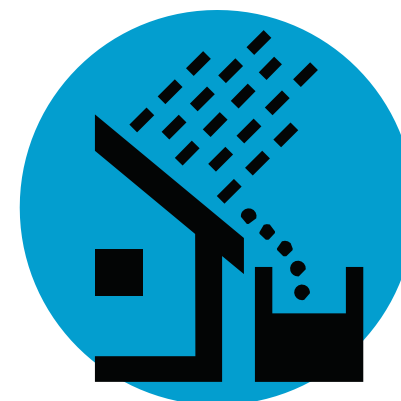
Pastille robinet



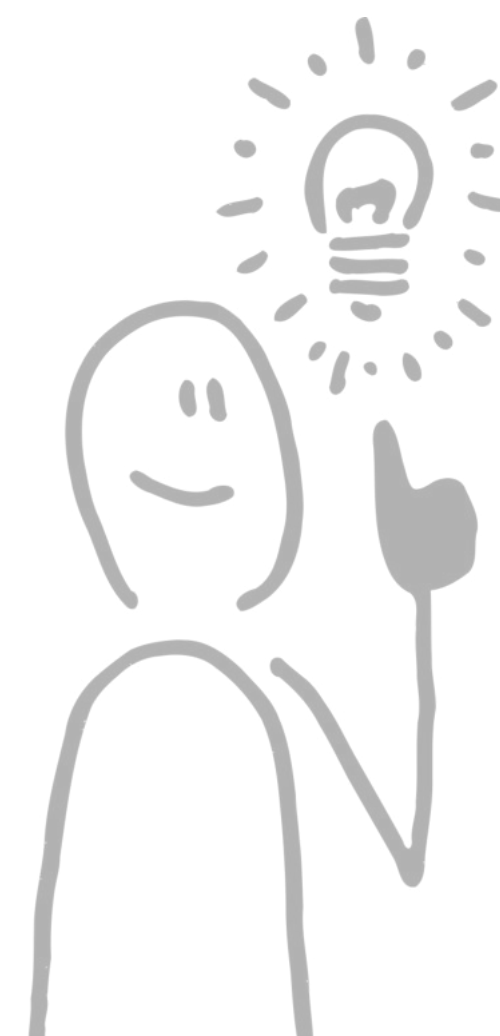
Ampoule LED



Produit locaux sans ou peu d'emballages



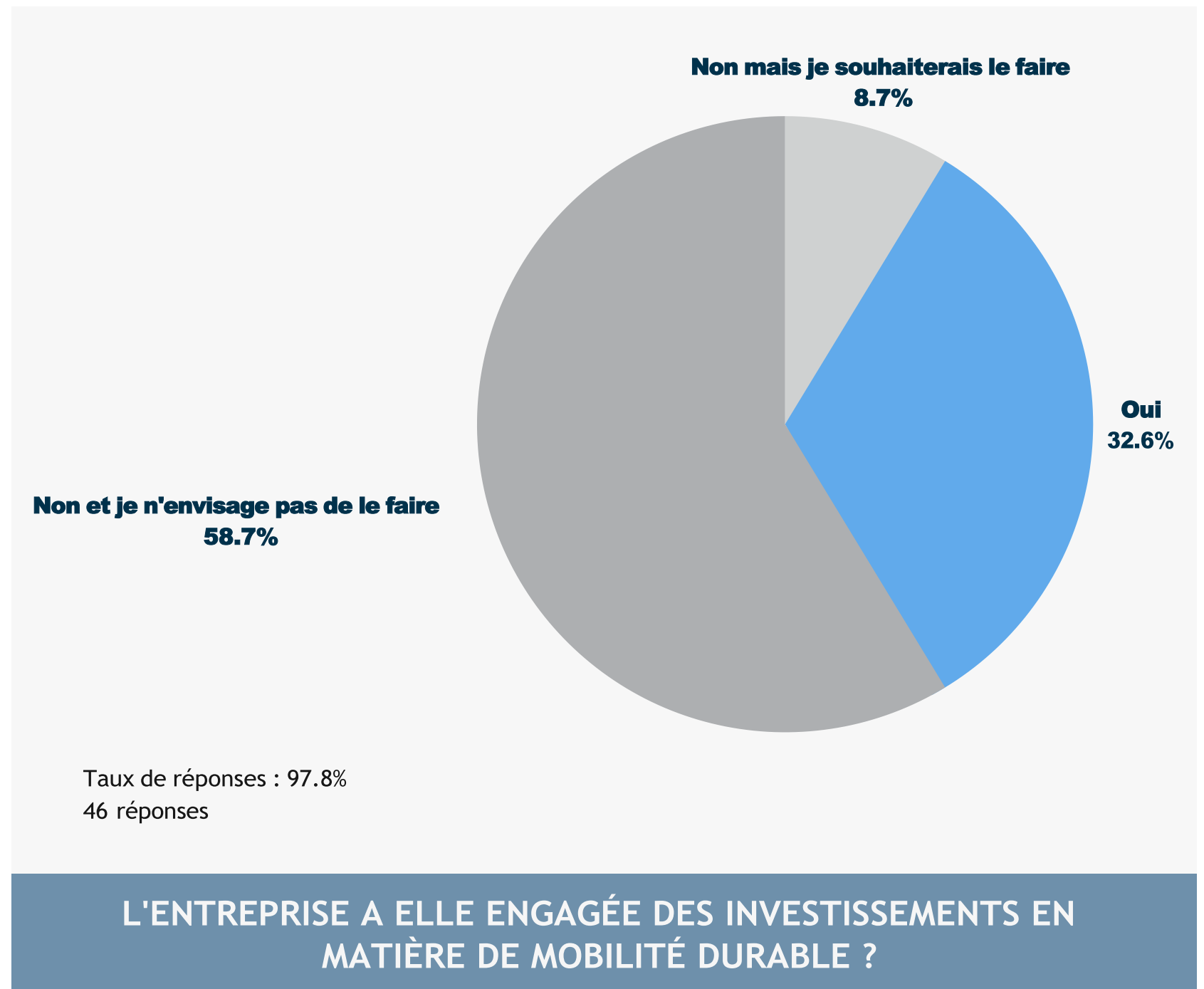
Récupérations des eaux de pluies



## Et les mobilités durables

Parmi les investissements durables, **32% ont été consacrés à la mobilité durable**. Les hébergeurs touristiques ont donc opté pour **l'achat de vélos électriques, certains des bornes de recharge ou des voitures électriques**. Ces investissements montrent que certains cherchent des solutions pour **minimiser leur empreinte carbone**.

Néanmoins, **58%** des hébergeurs interrogés n'envisagent **pas d'investir** dans le développement durable en raison de leur implantation en **brousse** ou du **faible maillage** de leur zone d'activité à Nouméa. De plus, ils ont exprimé **le manque d'innovation et d'investissement** en termes de mobilité durable en Nouvelle-Calédonie. Ce qui est également un frein à leur engagement.



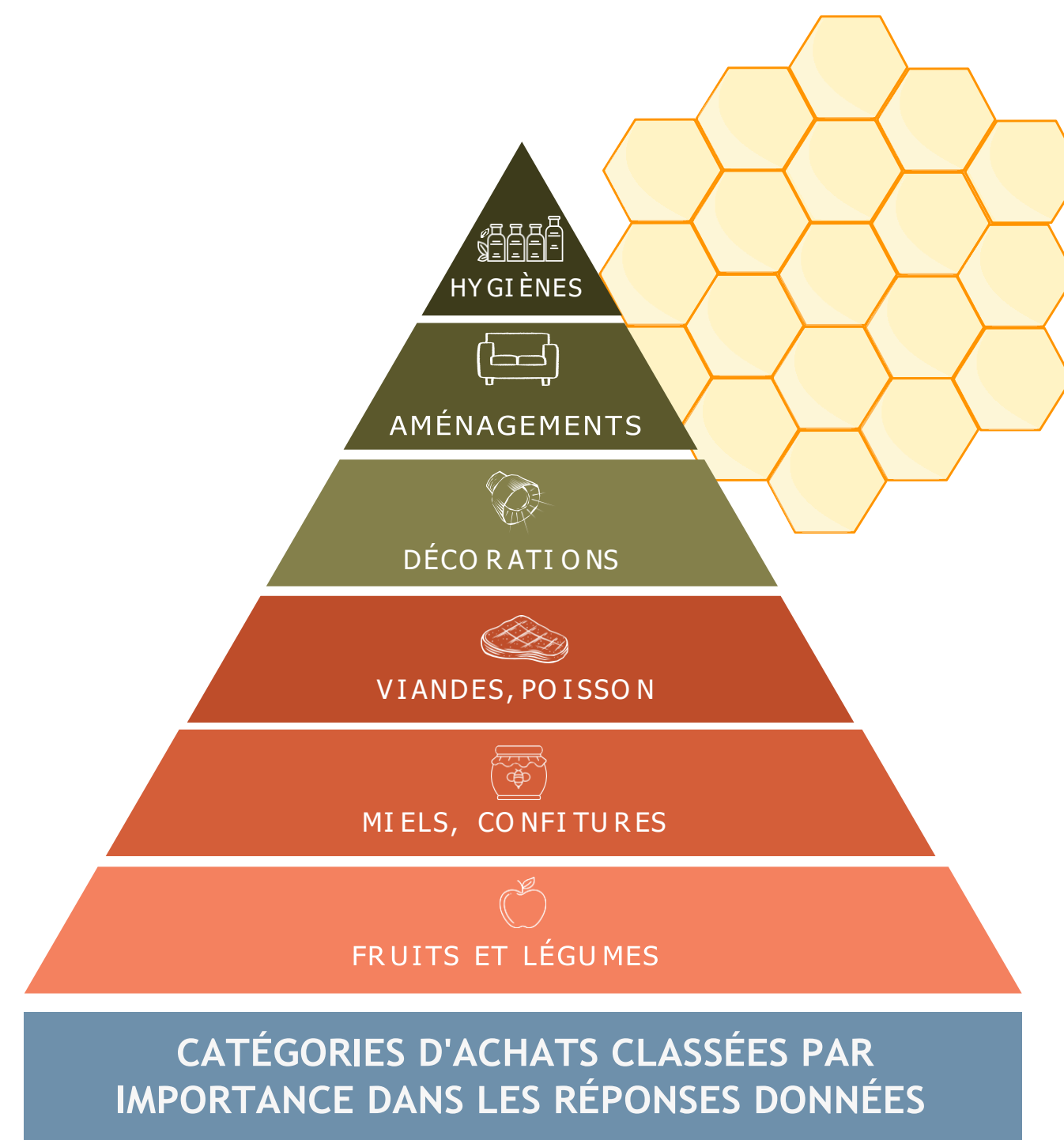
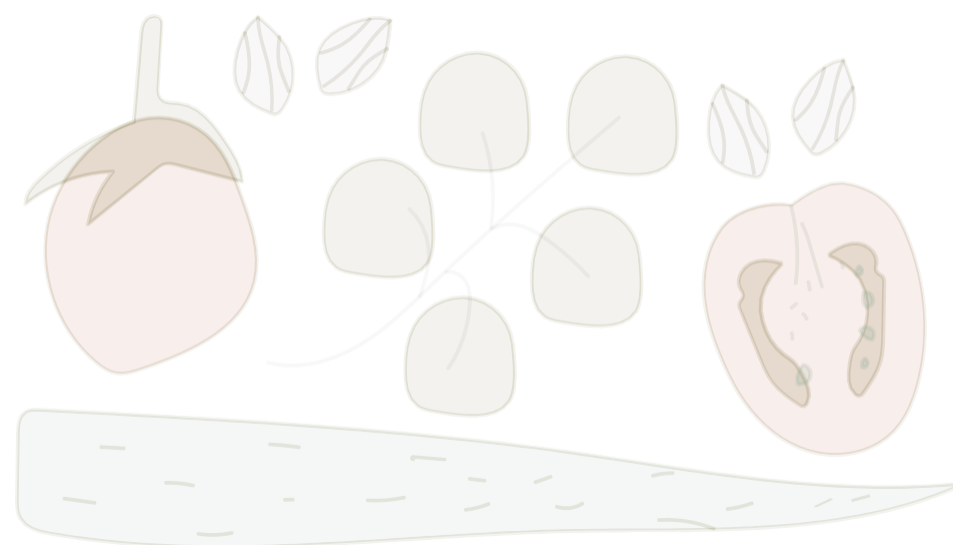
## Priorité aux circuits courts

En optant pour des circuits courts, les hébergeurs touristiques peuvent **réduire leur empreinte carbone** et **contribuer au développement économique local**.

L'étude montre que sur les 6 catégories d'achats représentées dans la pyramide ci contre seulement **un tiers des répondants** privilégient les circuits courts pour **au moins 5 catégories**.

**70% des répondants** déclarent effectuer des achats en circuits courts pour **les fruits et légumes** ainsi que **le miel et les confitures**.

La catégorie d'achat viandes et poisson arrive en troisième position. Les autres catégories sont peu représentées par manque de connaissances des opérateurs touristiques de ce qu'il existe sur le territoire ou parce qu'ils déplorent un manque de choix.

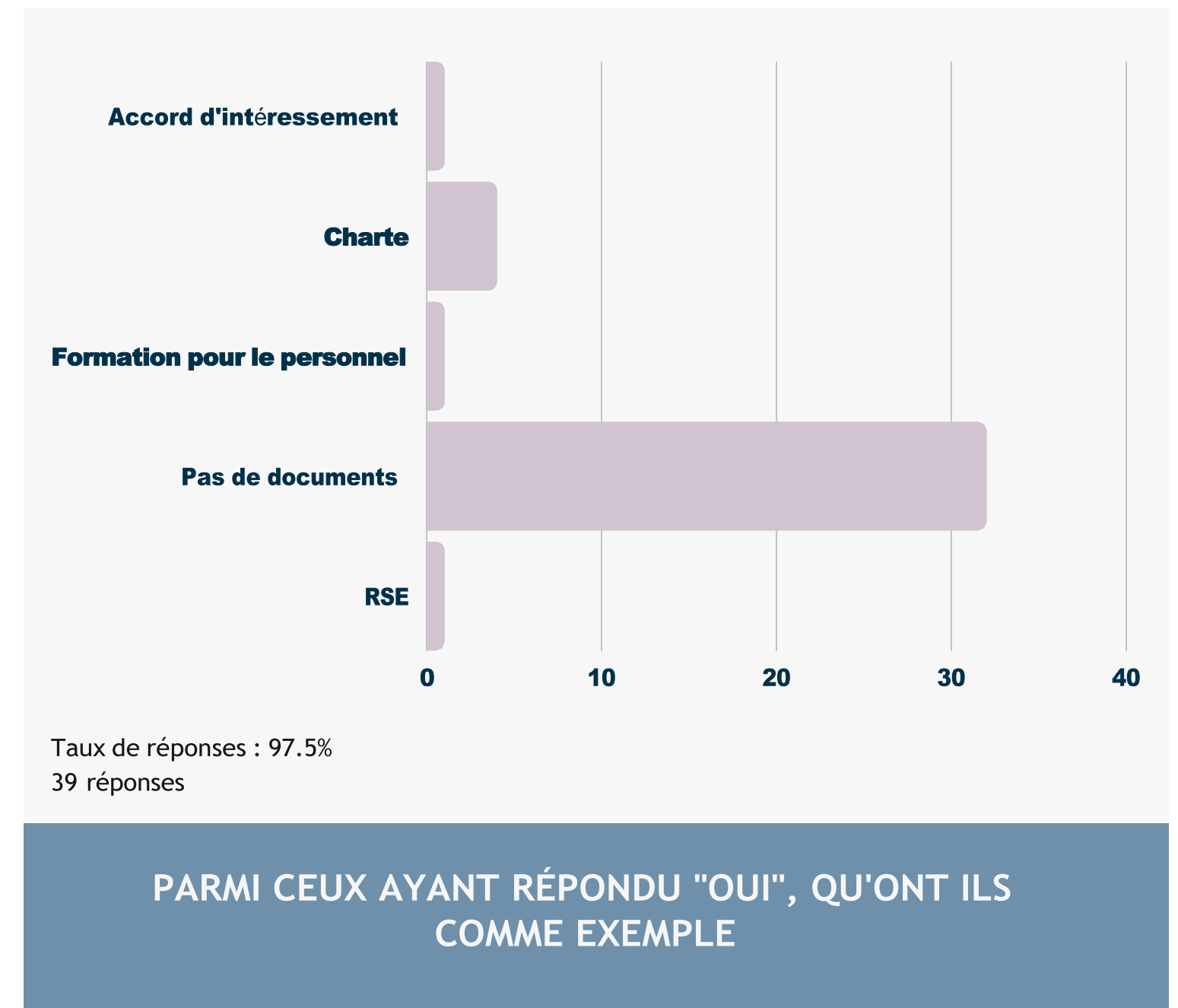
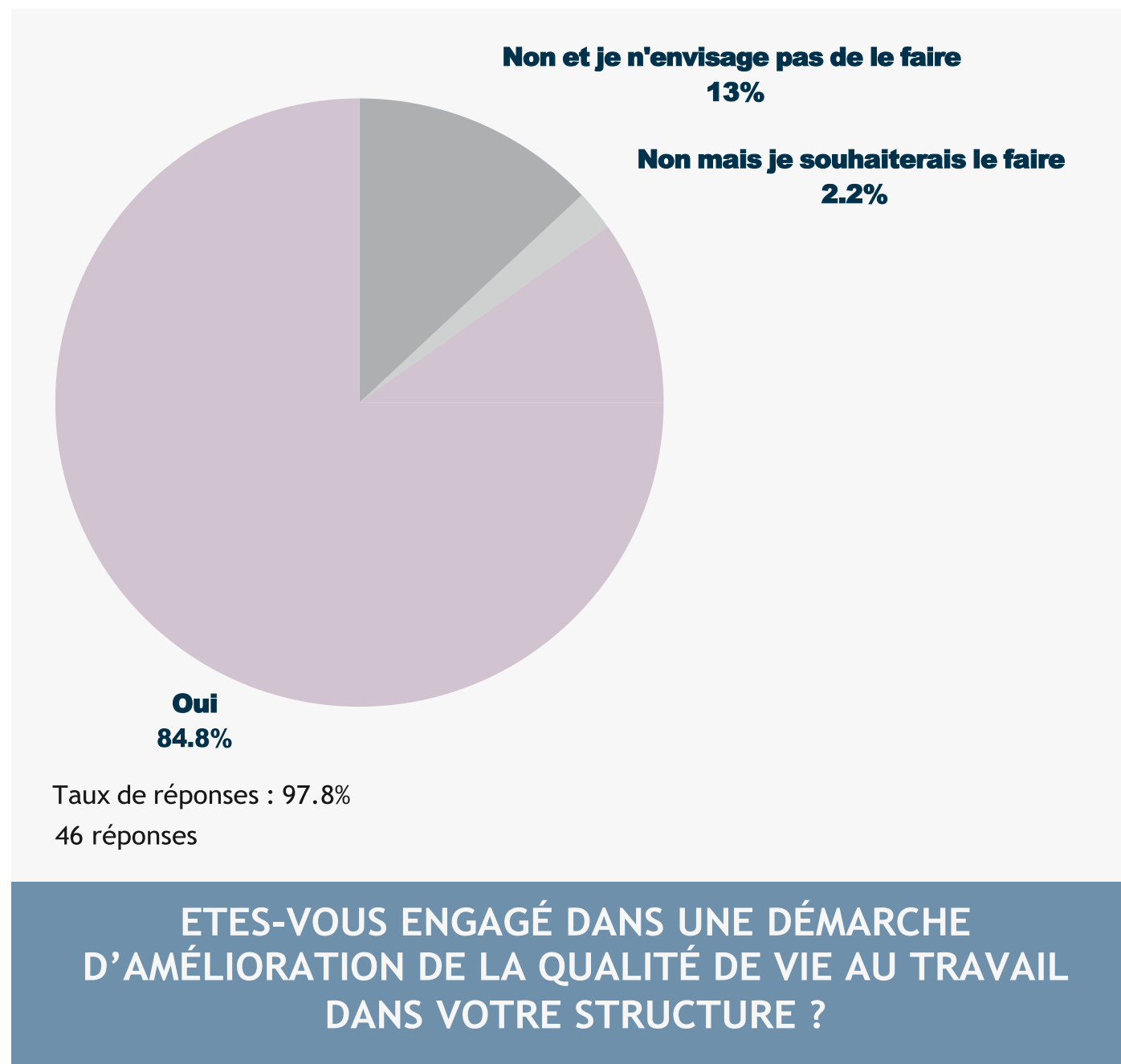




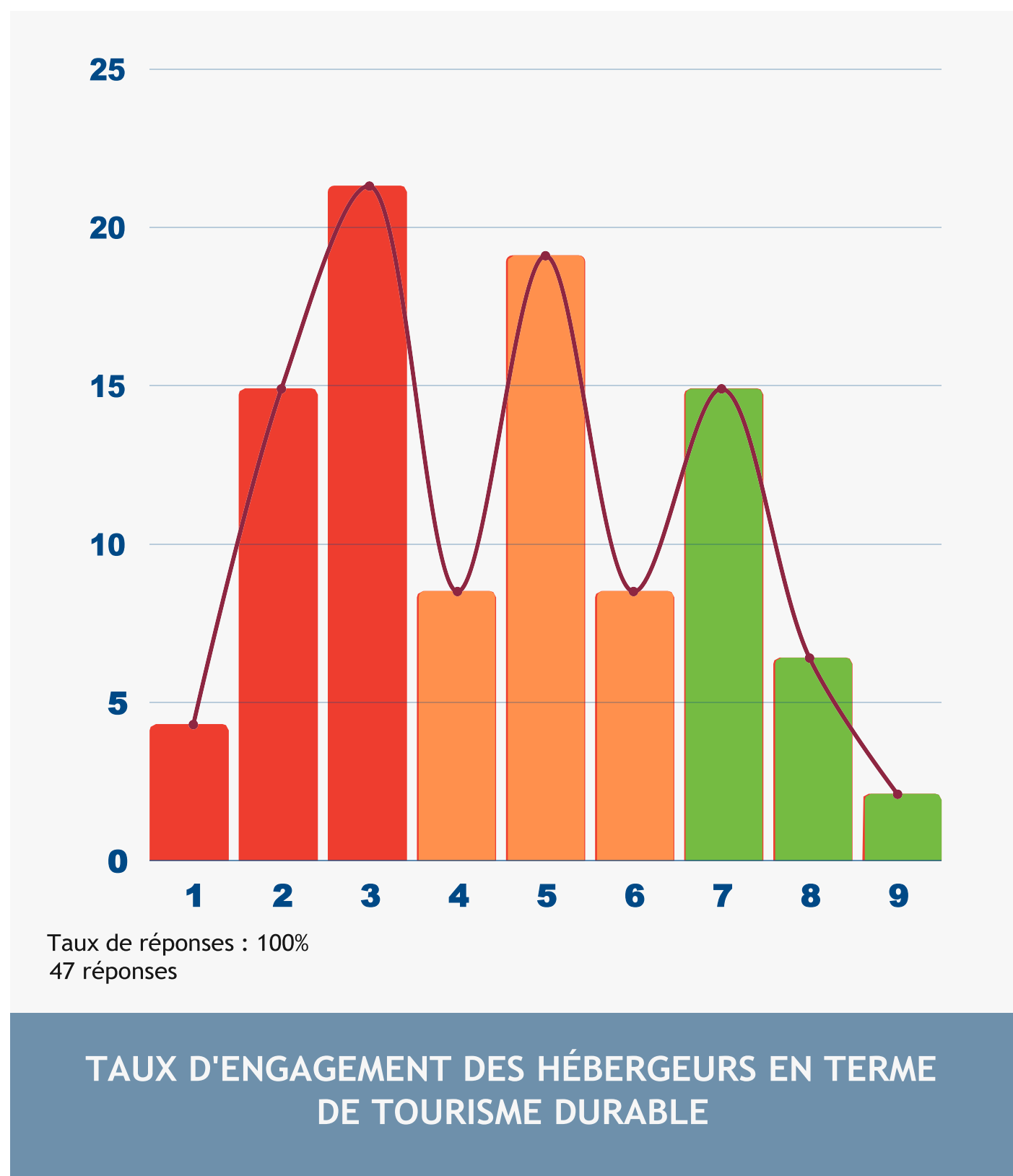
## Amélioration de la qualité de vie au travail

Selon l'étude menée auprès des hébergeurs touristiques, **84% d'entre eux** se sont engagés dans une démarche d'amélioration de la qualité de vie au travail. Cependant, parmi les répondants, seuls **1 a cité la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)** comme élément clé de cette démarche.

De plus, **32 répondants n'ont déclaré posséder aucun document** lié à la qualité de vie au travail et à la RSE. Il convient de souligner que la plupart des hébergeurs interrogés sont des petites structures, où il n'y a souvent aucun salarié.



## Taux d'engagement des hébergeurs en terme de tourisme durable



Afin de visualiser le niveau d'engagement dans une démarche touristique durable de leur structure, les hébergeurs ont été notés de 1 à 10, (*voir annexe 2*). Sur cette échelle de notation, pour **chaque action<sup>1</sup> ou investissement** entrepris et correspondant à un enjeu du tourisme durable différent, il a été attribué **un point**.

Sur le graphique, nous pouvons observer trois types d'engagement :

40.5 %

Prise de conscience des enjeux, mais un niveau d'engagement limité

36.1 %

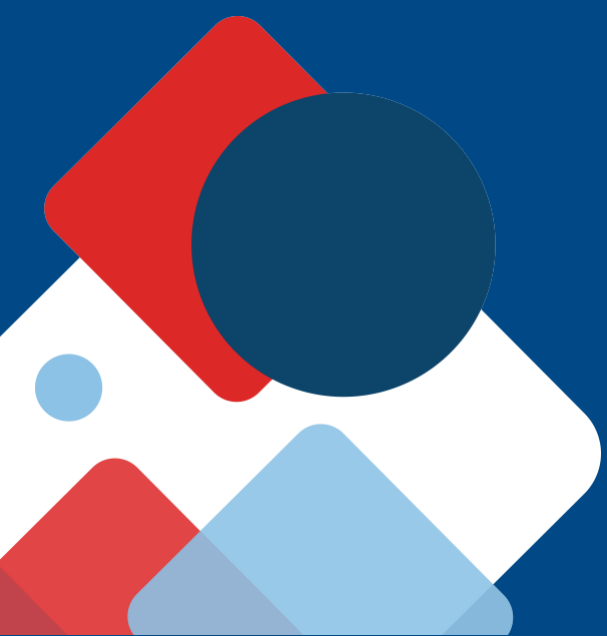
Engagement et conscience des enjeux, avec des actions concrètes entreprises

23.4 %

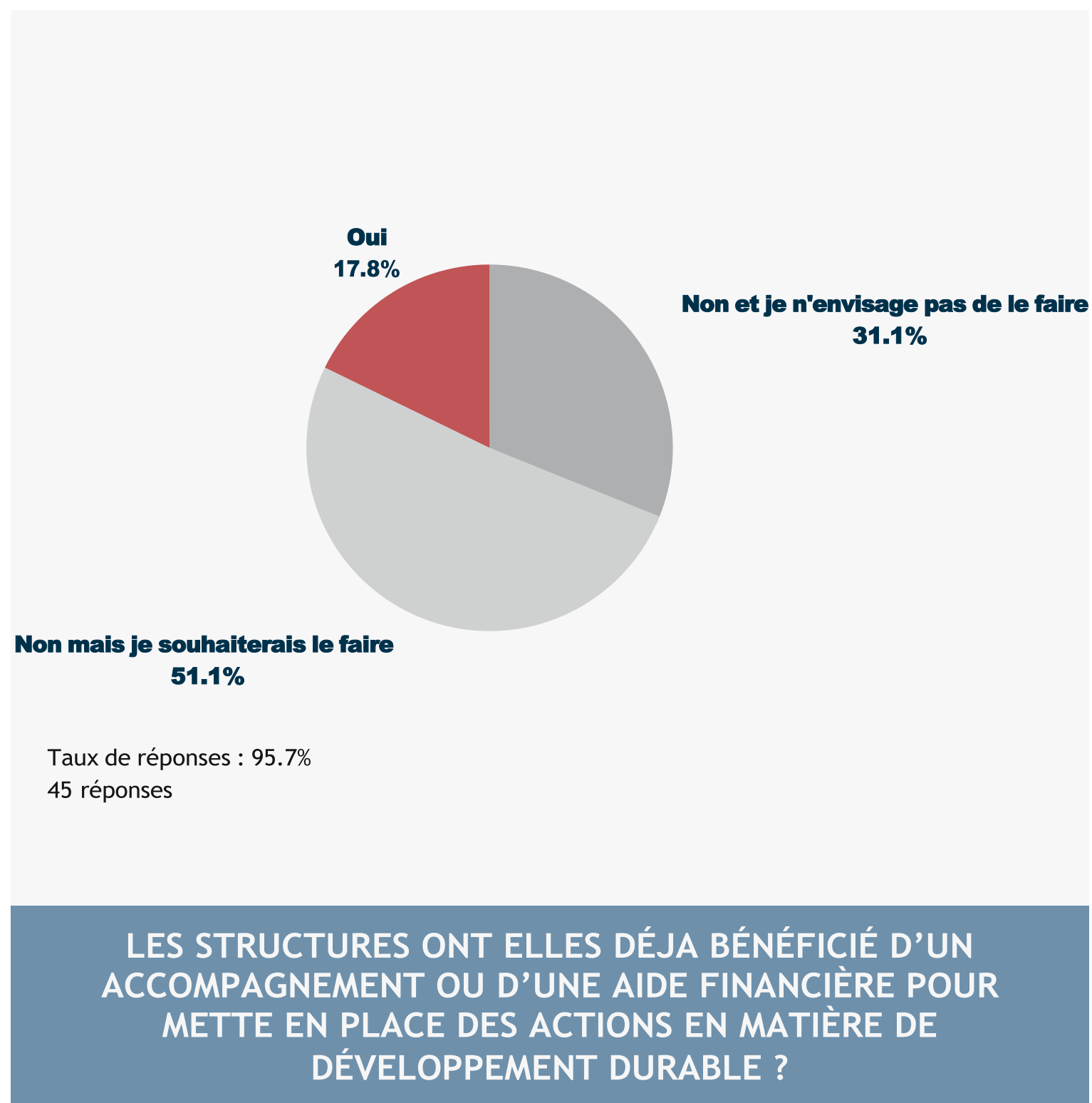
Engagement élevé, avec une grande conscience des enjeux et une mise en œuvre exemplaire de pratiques durables



# Besoins et accompagnements des hébergeurs



## Besoins et accompagnements en matière de développement durable



Parmi les **trois quarts** des répondants ayant répondu "non" à la question sur le bénéfice d'aides financières pour leur structure, plusieurs raisons ont été avancées.



"Des demandes de subventions trop élevées"  
"Une volonté d'autofinancement"  
"Le souhait de ne rien devoir à la Province Sud"

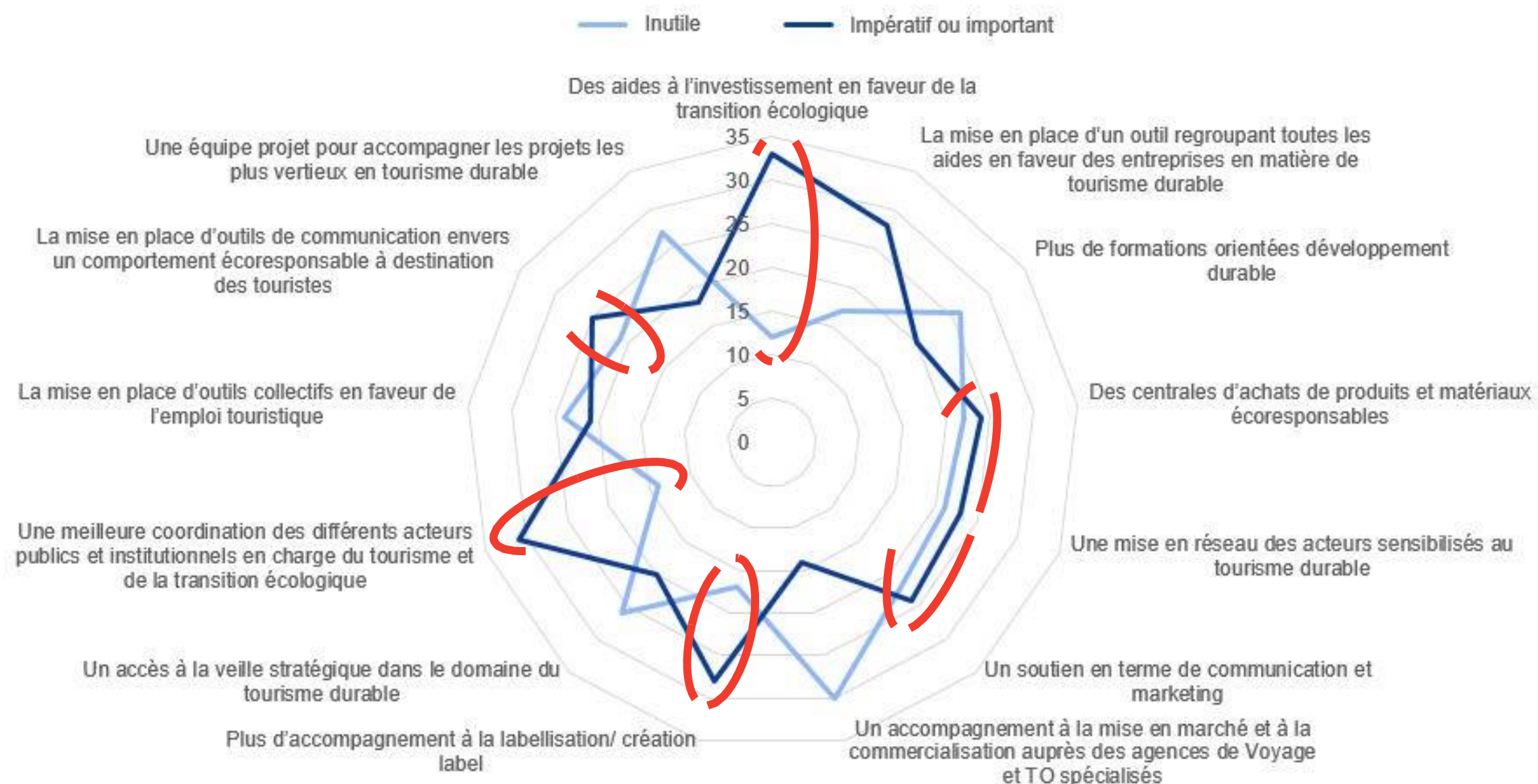
Cependant, parmi les répondants n'ayant jamais bénéficié d'aides mais souhaitant le faire, le **manque de communication autour des aides** a été pointé du doigt. Ils ont également exprimé leur souhait de disposer **d'un traitement rapide des dossiers** et qu'il est important que **l'aide proposée soit réellement intéressante** pour leur structure.



## Besoins et accompagnements en matière de développement durable

Représentation des différentes aides de la Province Sud en fonction de leur utilité vis à vis des hébergements touristiques interrogés

Taux de réponses : 95.7%  
45 réponses



AIDES À  
L'INVESTISSEMENT

OUTILS DE COMMUNICATION  
POUR LES TOURISTES

UNE MEILLEURE COORDINATION  
DES ACTEURS DU TOURISME

ACCOMPAGNEMENT  
LABELLISATION

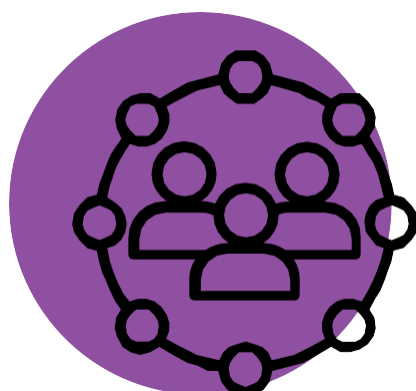
QU'ATTENDEZ-VOUS DES ACTEURS PUBLICS EN MATIÈRE D'ACCOMPAGNEMENT DANS  
UNE DÉMARCHE TOURISTIQUE DURABLE ?

# Besoins et accompagnements des hébergeurs

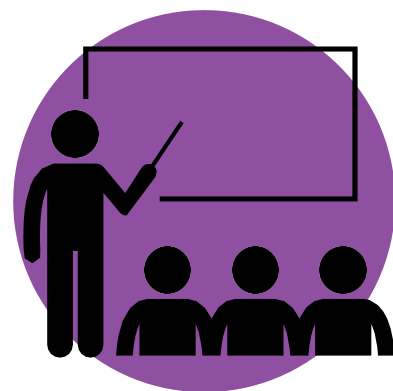
## Des suggestions proposées par les hébergeurs



Meilleure qualité de l'accueil



Coordination entre les institutions et les trois provinces



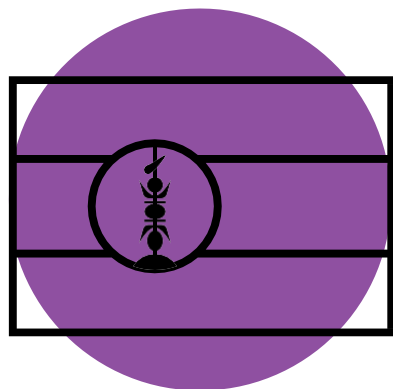
Formation pour les professionnels de hôtellerie



Mise en réseau et communication des circuits courts



Trouver des solutions aux frais de fret



Découverte de la culture locale



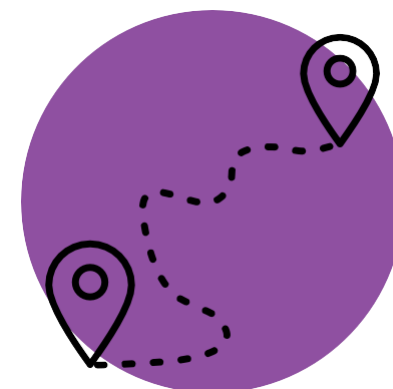
Sensibilisation aux enjeux environnementaux



Formations dans les enseignements supérieurs



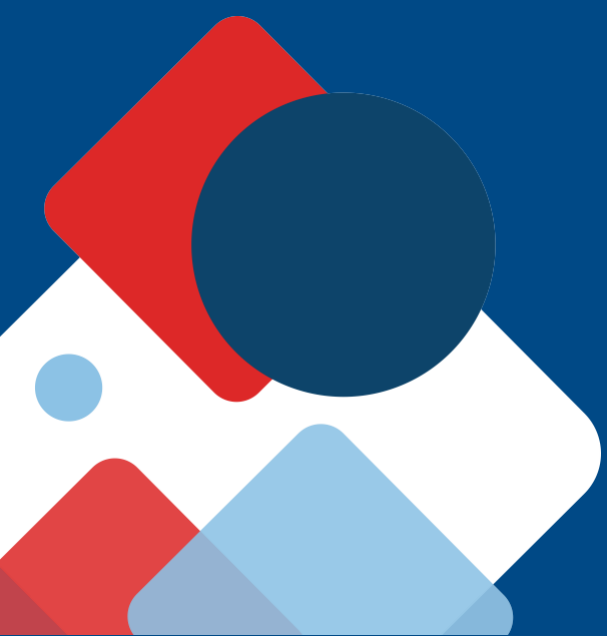
Investissement et rencontre sur le terrain



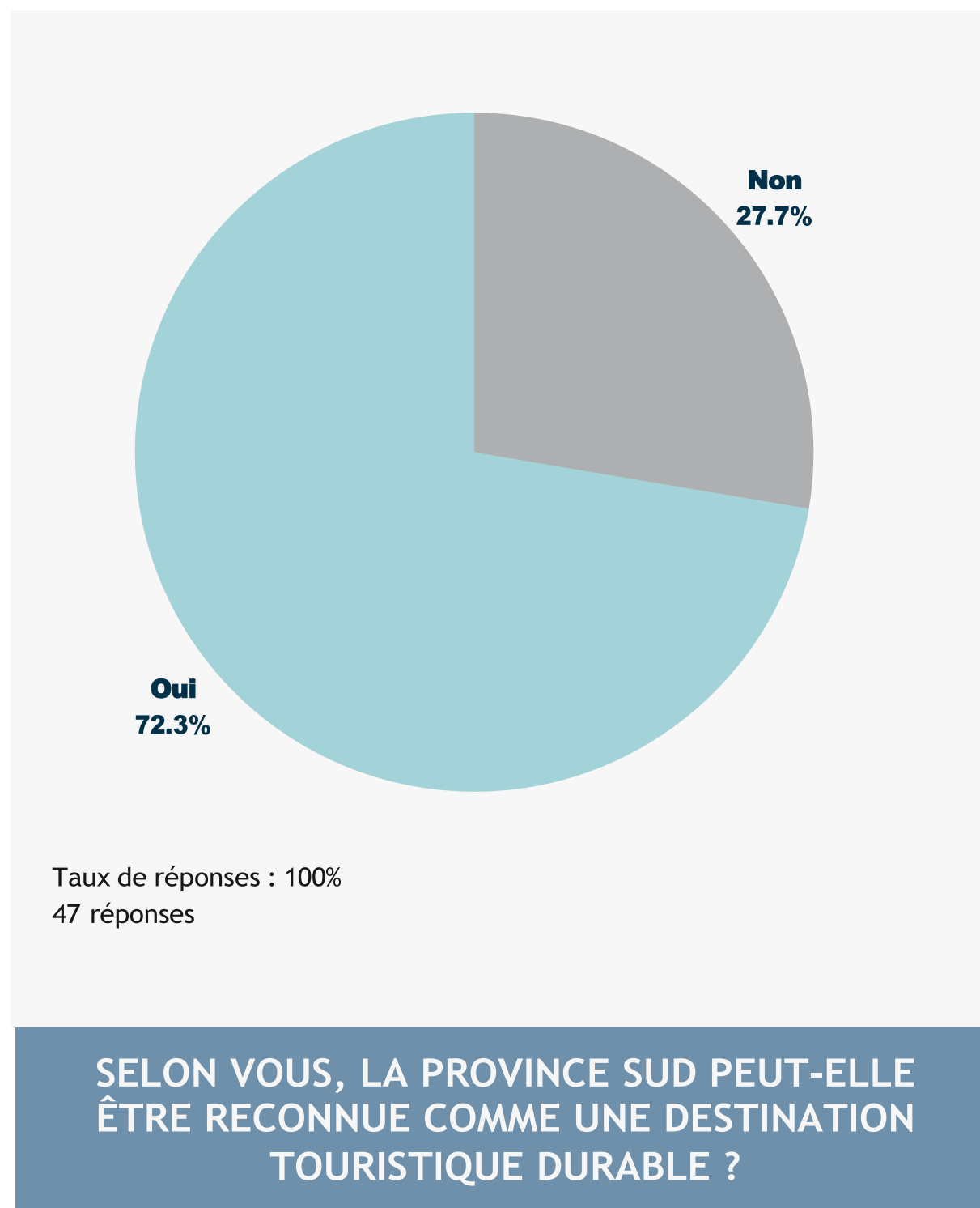
Aides adaptées au territoire, comme l'île des Pins



**Nouvelle  
Calédonie,  
destination durable**



## Province Sud, destination touristique durable ?



Les répondants ont identifié plusieurs éléments qui contribuent à faire de la Nouvelle-Calédonie **une destination touristique durable**.



"Les parcs provinciaux et maritimes"

"La faible densité de population"

"L'authenticité du territoire" "Les îlots"

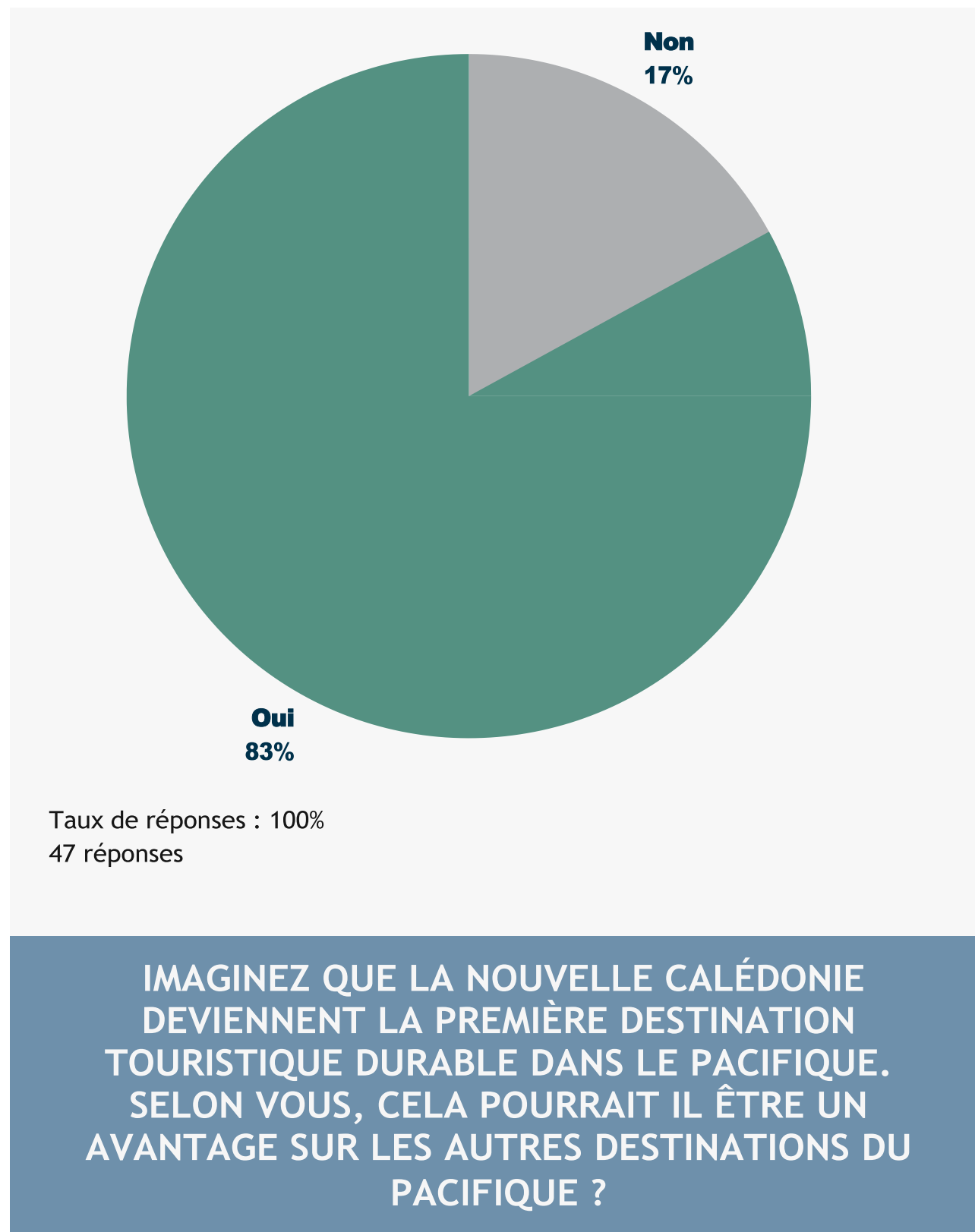
"La préservation de cette richesse naturelle"

"Labellisation" "Le respect des parcs"





## La Nouvelle-Calédonie en passe de devenir la première destination touristique durable du Pacifique ?



Selon les répondants interrogés, la perspective de faire de la Nouvelle-Calédonie la première destination touristique durable dans le Pacifique est perçue comme **un avantage concurrentiel majeur**.

En se positionnant comme une destination touristique durable, la Nouvelle-Calédonie pourrait donc attirer de nouveaux visiteurs et se démarquer des autres destinations du Pacifique.





On constate un **décalage** entre la sensibilisation au développement durable et l'engagement concret dans une démarche de tourisme durable de la part des hébergeurs. Bien que ces derniers démontrent **une maturité certaine** et affichent **un taux d'engagement positif**, il est clair qu'ils ont déjà entrepris des actions concrètes dans ce domaine. Cependant, il semble qu'ils n'aient pas encore élaboré de **réflexion bien définie** quant à leur implication spécifique dans le tourisme durable.



Les hébergeurs estiment que la Nouvelle-Calédonie peut être considérée comme **une destination touristique durable**. Toutefois, ils expriment des **réticences** quant à la labellisation, soulignant les difficultés potentielles liées à sa mise en œuvre. Néanmoins, ils reconnaissent que la labellisation pourrait constituer un **moyen efficace** de renforcer l'attrait touristique de la Nouvelle-Calédonie en valorisant leur engagement sur le territoire. Dans cette optique, il est essentiel de procéder en **deux étapes distinctes**, en commençant par la mise en place d'un système de **certification locale**, amenant vers une **labellisation internationale**.



Les hébergeurs recommandent **d'intensifier les formations** en matière de tourisme durable dans **l'enseignement supérieur**. Ils soulignent également la nécessité d'obtenir des **aides adaptées au territoire**, notamment pour des destinations insulaires comme l'île des Pins. Ils mettent en avant l'importance **d'inclure les communautés locales et de valoriser la culture locale**, ainsi que de renforcer les partenariats avec les hébergeurs. Les hébergeurs demandent **d'avantage d'investissements de la part des institutions** et un plus grand **engagement sur le terrain**, en prenant des mesures concrètes en faveur du tourisme durable.



Les hébergeurs demandent une **coordination renforcée** entre les différents acteurs et institutions, en particulier en assurant une cohérence entre les trois Provinces. Ils souhaitent également que les **démarches pour les opérateurs soient simplifiées** afin de faciliter leur participation à des initiatives de tourisme durable. Par exemple, ils souhaitent obtenir des **informations claires** sur les aides à l'investissement et savoir comment y accéder.



Les hébergeurs souhaitent que des efforts soient déployés pour **créer l'identité de la Nouvelle-Calédonie**, afin d'améliorer son image à l'échelle internationale. En positionnant la Nouvelle-Calédonie comme une destination touristique durable, cela doit devenir un **élément central de son identité distinctive**, par le partage autour de sa culture unique et ses paysages exceptionnels. En outre, ils souhaitent une meilleure **collaboration et mise en réseau des acteurs touristiques** pour renforcer l'expérience globale des visiteurs.

# Plan d'actions

## Guichet unique

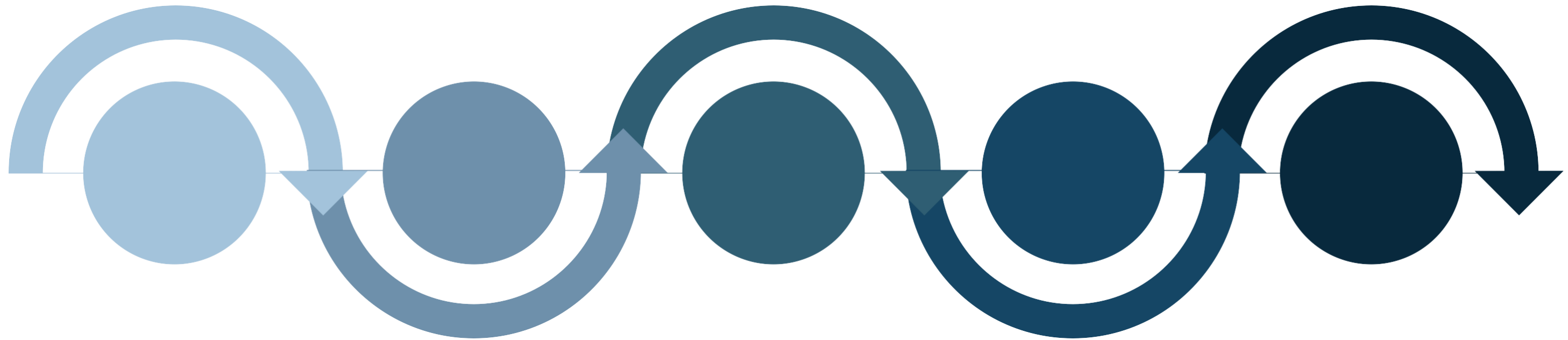
- Asseoir le rôle de facilitateur du service du tourisme pour les projets de développement touristique.
- Créer un point d'entrée unique (acteur touristique et transition écologique).

## Accompagnement

- Créer des outils de communication à destination des touristes en terme de développement durable.
- Accompagner les opérateurs touristiques aux diagnostics de durabilité de leur structure.
- Accompagner à la réalisation de leur plan d'action.
- Améliorer les dispositifs d'aides financières à la transition écologique et au développement durable.

## Labellisation internationale

- Intégrer et poursuivre le développement des labels internationaux sur le territoire (Clé verte, Ecolabel européen, Green globe..).



## Formations

- Coacher les acteurs du tourisme par le PPAT<sup>1</sup> sur le tourisme durable.
- Renforcer l'équipe pédagogique du PPAT sur la thématique du développement durable.
- Sensibiliser et former les jeunes et les populations locales à l'EEDD<sup>2</sup>.

## Certification territoriale

- Créer une certification tourisme durable en province Sud pour les opérateurs touristiques, qui repose sur les standards internationaux du GSTC, adaptés pour le pacifique par le SPTO<sup>4</sup>.
- Valoriser les opérateurs touristiques certifiés.

<sup>1</sup> PPAT : Plan de Professionnalisation

<sup>2</sup> EEDD : Education à l'environnement et au développement durable

<sup>3</sup> GSTC : Global Sustainable Tourism Council

<sup>4</sup> SPTO : South Pacific Tourism Organisation

Pas du tout  
sensibleTrès  
sensible

## 10 indicateurs pour piloter sa démarche de tourisme durable

1 

Réduire ses  
émissions de gaz  
à effet de serre

42%  
38%  
15%  
4%  
0%

2 

Maîtriser sa  
consommation  
d'eau

68%  
30%  
2%  
0%

3

Maîtriser sa  
consommation  
d'énergie

79%  
19%  
2%  
0%  
0%

4

Maîtriser sa  
production de  
déchets

70%  
25%  
4%  
0%  
0%

5

Protéger les  
espaces naturels  
fragiles

76%  
17%  
6%  
0%  
0%

6 

Encourager les  
mobilités douces

36%  
23%  
38%  
  
0%

7 

Assurer la  
satisfaction des  
visiteurs, des  
habitants, des  
professionnels

79%  
19%  
6%  
0%  
0%

8 

Former les  
professionn  
els au  
tourisme  
durable

40%  
32%  
25%  
0%  
2%

9

Favoriser  
l'accès au  
tourisme pour  
tous

48%  
32%  
19%  
0%  
0%

10

Favoriser les  
retombées  
économiques  
sur le territoire

63%  
19%  
15%  
0%  
2 %



	Avez-vous engagé des actions pour inciter vos clients à adopter un comportement responsable ?	Votre entreprise est-elle engagée dans une démarche touristique durable avec des objectifs à atteindre ?	Votre structure/entreprise est-elle engagée dans une démarche de labellisation/certification tourisme durable ?	Avez-vous déjà engagé des investissements pour réduire votre impact énergétique ?	Avez-vous déjà engagé des investissements pour réduire votre consommation d'eau ?	Avez-vous mis en place des actions en matière de réduction et tri des déchets ?	Avez-vous mis en place des actions en matière de mobilité durable ?	Donnez-vous si possible la priorité aux circuits courts pour vos achats ? Pour quels produits :	Etes-vous engagé dans une démarche d'amélioration de la qualité de vie au travail dans votre structure ?	Note sur 10
H1	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Fruits et légumes,	Non mais je souhaiterais	8
H2	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Fruits et légumes, Miel,	Oui	9
H3	Oui	Non, mais je souhaiterais	Non et je n'envisage pas	Non mais je souhaiterais	Non mais je souhaiterais	Oui	Non et je n'envisage pas	Fruits et légumes, Miel,	Non et je n'envisage pas	3
H4	Oui	Non et je n'envisage pas	Non et je n'envisage pas	Non mais je souhaiterais	Non mais je souhaiterais	Oui	Non mais je souhaiterais	Ameublements,	Non et je n'envisage pas	3
H5	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas	Non mais je souhaiterais	Non mais je souhaiterais	Oui	Non et je n'envisage pas	Fruits et légumes,	Non et je n'envisage pas	4
H6	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas	Non mais je souhaiterais	Non et je n'envisage pas	Oui	Non et je n'envisage pas	Fruits et légumes, Miel,	Oui	5
H7	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas	Fruits et légumes, Miel,	Oui	7
H8	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas	Oui	Non mais je souhaiterais	Oui	Non et je n'envisage pas	Fruits et légumes,	Oui	6
H9	Oui	Non et je n'envisage pas	Non et je n'envisage pas	Oui	Non et je n'envisage pas	Non et je n'envisage pas	Non et je n'envisage pas		Oui	2
H10	Oui	Non, mais je souhaiterais	Non mais je souhaiterais	Oui	Non mais je souhaiterais	Oui	Non et je n'envisage pas		Oui	3
H11	Oui	Non, mais je souhaiterais	Non et je n'envisage pas	Oui	Non mais je souhaiterais	Non mais je souhaiterais	Non et je n'envisage pas	Fruits et légumes,	Oui	3
H12	Non	Non et je n'envisage pas				Oui		Fruits et légumes,		2
H13	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais	Oui	Oui	Oui	Oui	Fruits et légumes,	Oui	7
H14	Oui	Non et je n'envisage pas d	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas de le faire		Oui	5
H15	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Oui	Oui	Oui	Oui	Fruits et légumes, Miel, co	Oui	7
H16	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Fruits et légumes, Viandes	Oui	5
H17	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Oui	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Ameublements, Décoratio	Oui	7
H18	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Oui	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Ameublements, Décoratio	Oui	5
H19	Non	Non et je n'envisage pas d	Non mais je souhaiterais le	Non mais je souhaiterais le	Non mais je souhaiterais le	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Fruits et légumes, Viandes	Oui	2
H20	Non	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Non mais je souhaiterais le	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Fruits et légumes, Viandes	Oui	2
H21	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais le	Fruits et légumes, Viandes	Oui	5
H22	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Oui	Oui	Fruits et légumes, Viandes	Oui	7
H23	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Oui	Oui	ERP	Oui	6
H24	Oui	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Oui	Oui	Oui	Oui	Ameublements, Décoratio	Oui	5
H25	Oui	Non et je n'envisage pas d	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Ameublements, Décoratio	Oui	8
H26	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Oui	Oui	Oui	Oui	Fruits et légumes, Viandes	Oui	6
H27	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Oui	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Fruits et légumes, Viandes	Oui	7
H28	Non	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Oui	Non et je n'envisage pas d	Fruits et légumes, Viandes	Oui	2
H29	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais le	Fruits et légumes, Viandes	Oui	5
H30	Non	Non, mais je souhaiterais l	Non mais je souhaiterais le	Non mais je souhaiterais le	Non mais je souhaiterais le	Non mais je souhaiterais le	Non mais je souhaiterais le	Fruits et légumes, Miel, co	Oui	1
H31	Oui	Non, mais je souhaiterais l	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Propriétaire du restaurant t	Oui	3
H32	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Fruits et légumes, Viandes	Oui	7
H33	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Oui	Oui	Fruits et légumes, Viandes	Oui	5
H34	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais le	Non mais je souhaiterais le	Oui	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Ameublements, Décoratio	Oui	2
H35	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais le	Non mais je souhaiterais le	Oui	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Ameublements, Décoratio	Oui	2
H36	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Fruits et légumes, Viandes	Oui	6
H37	Oui	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Oui	Non et je n'envisage pas d	Oui	Non et je n'envisage pas d	Fruits et légumes, Viandes	Non et je n'envisage pas d	3
H38	Oui	Non et je n'envisage pas d	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Oui	Oui	Fruits et légumes, Viandes	Non et je n'envisage pas d	4
H39	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Oui	Oui	Fruits et légumes, Viandes	Oui	4
H40	Non	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Fruits et légumes, Viandes	Non et je n'envisage pas d	1
H41	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Fruits et légumes, Viandes	Oui	5
H42	Oui	Non et je n'envisage pas d	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Fruits et légumes, Viandes	Oui	4
H43	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Fruits et légumes, Viandes	Oui	8
H44	Oui	Non et je n'envisage pas d	Non mais je souhaiterais le	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Fruits et légumes, Viandes	Oui	3
H45	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Non mais je souhaiterais le	Oui	Non et je n'envisage pas d	Non et je n'envisage pas d	Fruits et légumes, Viandes	Oui	3
H46	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Miel, confiture, Ameublem	Oui	3
H47	Oui	Oui	Non mais je souhaiterais le	Oui	Oui	Oui	Non et je n'envisage pas d	Fruits et légumes, Viandes	Oui	3



