



Communiquer de façon positive sur le tourisme responsable

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux du tourisme responsable appliqués à leur territoire
- Adopter une communication bienveillante, persuasive et non culpabilisante
- Valoriser efficacement les initiatives durables locales
- Créer des messages engageants adaptés aux différents publics (visiteurs, partenaires)

PROGRAMME

JOUR 1 : Comprendre et intégrer le tourisme responsable

Les enjeux spécifiques du tourisme responsable (1h)

Le rôle clé : sensibilisation, cohérence, exemplarité
Attentes des visiteurs : vers une consommation plus consciente
Attentes des prestataires : accompagner la transition
Atelier interactif : carte des enjeux du territoire (Padlet)

Cartographier et valoriser les initiatives locales (2h)

Identifier les initiatives existantes : hébergement, mobilité, alimentation, etc.
Étude de cas inspirants en France et ailleurs
Atelier en sous-groupes : cartographier les bonnes pratiques de son territoire

Les bases d'une communication bienveillante et non culpabilisante (2h)

Définition et principes de la communication bienveillante
Accueillir, informer et orienter avec empathie (accueil physique et digital)
Exercices : reformuler des messages jugés "moralisateurs" en messages positifs

Exemples concrets de messages positifs à l'accueil et en ligne (1h20)

Analyse de supports (affiches, posts, flyers) : ce qui fonctionne ou pas
Atelier créatif : créer une micro-campagne pour sensibiliser sans culpabiliser
Débrief collectif

JOUR 2 : Valoriser, impliquer et engager tous les publics

Valoriser les acteurs et initiatives locales avec du storytelling (1h20)

Pourquoi le récit est plus impactant que le message brut
Les ingrédients du storytelling efficace : émotions, personnages, actions
Atelier pratique : raconter l'histoire d'un acteur local engagé

Mettre en avant les pratiques durables auprès des publics (2h)

Comment valoriser les prestataires responsables sans faire de greenwashing
Choisir les bons canaux (site, réseaux sociaux, brochures, etc.)
Exemples de formats engageants (vidéos, carrousels, interviews, capsules sonores)

Créer des messages engageants grâce aux nudges (2h)

Introduction à l'économie comportementale et aux nudges
Cas concrets de nudges dans le tourisme (ex : signalétique douce, incitations implicites)
Atelier : imaginer un "nudge" local (ex : signalétique/flyer pour favoriser les mobilités douces)

Atelier de synthèse – Mon kit de communication responsable (1h)

Création collaborative d'un kit de messages, d'idées ou d'outils à réutiliser
Partage des productions entre groupes
Échanges de bonnes pratiques entre territoires
Fiche-outil storytelling + guide des nudges appliqués
Modèle de charte éditoriale bienveillante

DUREE

2 jours

PUBLIC

Chargé(e)s de communication,
personnel d'accueil,
responsables marketing

Pré REQUIS

Aucun

PEDAGOGIE

Alternance d'apports théoriques,
d'ateliers interactifs, de quizz,
et échanges d'expériences entre pairs.
Analyses de cas issus du secteur.

EVALUATION

Auto-évaluation de positionnement
par entretien ou questionnaire.
Auto-évaluation des acquis de la
formation par questionnaire amenant
à une réflexion sur un plan d'actions.

SITUATION DE HANDICAP

Prévenez-nous assez tôt
de situation de handicap (cognitif,
psychologique, moteur, sensoriel...)
pour que nous puissions échanger
avec le formateur sur vos besoins
d'aménagement, de compensation,
appuis, ressources, accessibilité...

SANCTION DE LA FORMATION

Une attestation de formation
sera envoyée post formation.

INTERVENANTS

Selon le thème de la formation,
CQFD sélectionne
un pédagogue possédant
une expérience significative,
une maîtrise opérationnelle
et un profil particulier :
sophrologue, psychologue,
neuropsychologue, ergonome,
ergothérapeute,
senior manager,
chef de cuisine, gouvernante,
journaliste, animateur,
ex-policier, etc...

TARIFS

Inter-entreprises à Paris,
Intra-muros en France entière :
Les tarifs sont disponibles
en bas de la page internet
du dit programme
www.cqfd-formation.fr

Vidéo de présentation

