

Mon client et moi



COMMENT RENDRE VOTRE CLIENTÈLE ACTEUR ÉCOL'EAU ?

Mieux communiquer et sensibiliser vos clients aux enjeux de l'eau



COMMENT RENDRE VOTRE CLIENTÈLE ACTEUR **ÉCOL'EAU** ?

Oui, il est difficile de maîtriser entièrement l'utilisation que votre clientèle fait des équipements mis à sa disposition : piscine, serviettes de bain, douche, chasse d'eau, robinet ... ? Évidemment ! Elle doit se sentir bien, libre et heureuse lorsqu'elle séjourne chez vous. C'est votre priorité.

Toutefois, de bonnes pratiques peuvent être mises en place pour sensibiliser chacun de vos hôtes, et ainsi limiter leur consommation d'eau.

Dans les pages qui suivent, nous avons voulu vous partager nos idées, astuces et méthodes pour vous accompagner dans le rapport avec votre clientèle et sa consommation d'eau.

Ne considérez pas nos conseils comme un mode d'emploi clé en main, mais inspirez-vous plutôt des exemples donnés et transformez les informations en principe au gré de vos envies et possibilités.

Avec douceur, conviction et une bonne dose de communication vous obtiendrez une attitude écol'eau de vos hôtes. Et votre facture d'eau ne sera plus l'unique témoin d'une consommation raisonnée, croyez-nous !

Bonne lecture :)



Ce livret, résultat d'un travail collaboratif avec les hébergeurs touristiques et le Parc naturel régional du Luberon, a pour vocation d'impulser des actions en faveur des économies d'eau en Luberon.

Il vise à faire naître l'envie, à encourager d'aller à la rencontre de leur clientèle pour les convaincre de la nécessité de préserver la ressource eau.

«Mon client & moi» s'intègre dans le dispositif «économisons l'eau chaque goutte compte» déployé sur le territoire du Parc naturel régional du Luberon.

SOMMAIRE

1

JE COMMUNIQUE !

Votre démarche écol'eau est un véritable atout.
À condition de savoir la mettre en valeur !

.4

2

J'INFORME !

Donner les informations nécessaires pour comprendre
la nécessité d'économiser l'eau est essentiel

.8

3

JE MOBILISE !

Des petits gestes, le bon discours et des idées d'engagement
pour embarquer votre clientèle !

.11

4

JE PARTAGE !

Raconter, parler et montrer votre hébergement écol'eau,
un meilleur moyen pour convaincre

.14



“ *Chez nous,
chaque goutte d'eau
est précieuse !* ”

1

JE COMMUNIQUE !

SÉJOURNER ICI VEUT DIRE AGIR POUR L'EAU

Un hébergeur convaincu qui agit en faveur des économies d'eau sera toujours plus crédible.

Savez-vous que grâce à votre communication vous pouvez aider vos clients à changer de regard, de pratiques, de comportements et être davantage acteurs d'un tourisme plus responsable ?

Donc, communiquez. Parce que chez vous, on pense développement durable !

Des messages forts à porter

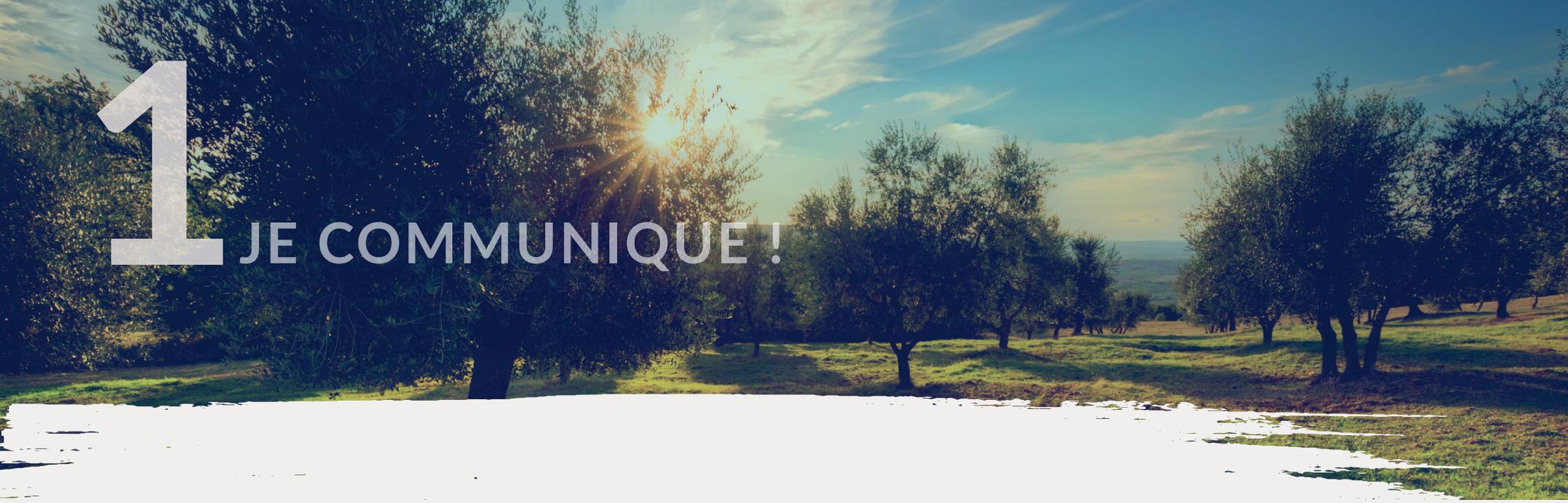
Pour faire prendre conscience, pour changer les perceptions et les comportements en vue d'un séjour durable chez vous, il est primordial de porter des messages forts et positifs permettant de mobiliser vos clients. Oublions les « il faut, on doit, il est interdit ». Ayez une attitude positive et rassurante.

Vous n'apportez pas un plus en séjournant chez vous mais un mieux !

Site internet, page Facebook, compte Instagram et brochures

Si chaque support a sa façon de communiquer, ils ont tous le même message à faire passer : un séjour chez vous, c'est un séjour inoubliable !

En faveur du développement durable.



1 JE COMMUNIQUE !

Step one : soyez l'exemple !

Adoptez un discours **transparent et authentique**. Affichez vos engagements en faveur des économies d'eau et qui, par ricochet, leur promeut un tourisme responsable où chacun est gagnant, le touriste comme le professionnel.

Pas question de saturer votre communication de messages environnementaux et risquer de lasser votre clientèle.

Mettre en valeur vos engagements et responsabiliser votre clientèle demande du discernement et un peu de stratégie.

« Nous prenons soin de l'eau, pas vous ? »

Votre positionnement c'est le développement durable et vous en êtes fier ! En mettant en valeur vos engagements, non seulement vous améliorez votre image mais vous proposez une valeur ajoutée !

Informez votre clientèle des différentes actions menées dans votre établissement. Pas question d'une image « greenwashing » ! **Communiquez uniquement sur les actions déjà mises en place et visibles par la clientèle.**

Affichez clairement votre volonté et votre envie de partager votre attitude éco-responsable.

« Je fais des économies d'eau ça se voit ! »

Prévenir votre clientèle de votre positionnement environnemental devient l'information numéro 1 !

Sur votre page d'accueil, votre brochure et tout autre support de com', décrivez de manière explicite vos engagements, sans pour autant faire de compromis avec le confort, l'accueil et le plaisir du séjour dans votre établissement.



En filigrane

Engagement d'envergure ou petits gestes anodins ... , ce n'est pas toujours évident de devenir un hébergeur 100 % responsable tout de suite.

Mais aussi modeste que soit votre engagement, c'est votre conviction sur ce bien fondé qui fera partager au mieux une expérience écologique à votre hôte !

Par petite touche et tout discret

Pas besoin d'afficher en gros toutes vos convictions. Soyez discret et on le reconnaîtra encore mieux.

Peu importe le support de communication, ajoutez discrètement des phrases et des textes, des logos, des illustrations qui mettent en valeur votre démarche. Vous gagnerez en originalité.

Inspiration

Selon vos actions mises en place, inspirez-vous de ces quelques idées ! :

- > Sur votre **site internet**, dans la description des chambres, ajoutez : « **Ici, tous les produits d'entretien utilisés pour garder votre chambre propre, sont écologiques** »
- > **Légendez** la photographie de votre piscine : « **Notre piscine se filtre naturellement !** »
- > Quant à la description de votre **jardin**, précisez : « **nos plantes raffolent de notre eau de pluie !** »
- > Pour vos **brochures**, mentionnez par exemple **“imprimé sur papier recyclé”** ou **“papier provenant de forêts gérées durablement”**.
- > Dans les **toilettes**, affichez **“nos toilettes sont alimentées par de l'eau de pluie”**.

Ils l'ont fait !

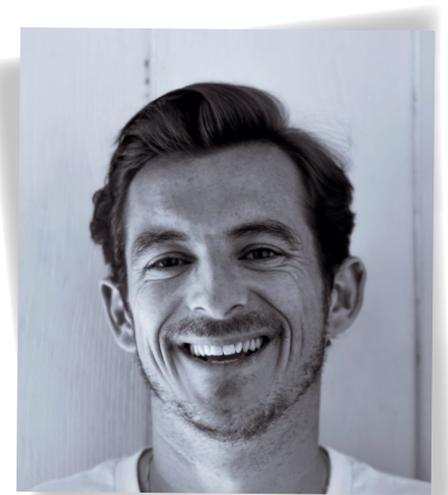
L'hôtel 21 Foch à Angers a ajouté une page dédiée dans son site web « **hôtellerie et environnement, c'est possible** ».

Un bel exemple !

www.21foch.fr/preservons-la-planete.htm

« **Conscious hotel** », c'est toute une chaîne d'hôtels qui affiche « éco & sexy ».

www.conscioushotels.com



“
*Mes clients sont interpellés
lorsque je leur raconte le
contexte de l'eau en Luberon !*
”

CHEZ NOUS, L'EAU EST UNE RESSOURCE PRÉCIEUSE

Un hébergeur convaincu qui agit en faveur des économies d'eau sera toujours plus crédible !

Votre clientèle a pu se rendre compte de votre engagement grâce à votre communication pertinente et juste, en amont de son arrivée.

Dans le même esprit, vous **devez mettre en valeur votre établissement par une communication au sein de votre établissement** et qui se basera sur les mêmes principes.

L'intérêt d'une telle communication ? Apporter l'information nécessaire à la découverte de la ressource eau en Luberon, à la compréhension de la préserver et à rendre compte de votre démarche d'économies d'eau.

Baignée dans un univers écol'eau, votre clientèle pourra alors elle-même être/devenir acteur à son tour.

2

J'INFORME !

2 J'INFORME !



Bienvenue !

L'accueil est le point central de votre hébergement.
C'est la première impression en arrivant chez vous, on y passe pour un renseignement, on y sort et revient.

Il est primordial d'y installer un endroit dédié à votre engagement et qui affiche fièrement : « **Chez nous aussi, l'eau est une ressource précieuse à préserver !** »

Coin lecture, présentoir, étagère, bibliothèque..., vous trouverez l'endroit adéquat pour y déposer documents et autres supports qui donnent le ton !

L'info sous toutes ses formes

Un livret d'accueil en expliquant les détails de la création de l'hébergement, le choix des matériaux, vos valeurs. Des guides du tri, des brochures des autorités organisatrices de transports, des prospectus sur les itinéraires cyclables ou de découverte ... tout reflétera votre écolo' attitude et votre engagement.
Pensez à renouveler régulièrement votre stock.

Ça vient du Luberon !

De la carafe d'eau « servez-vous » aux savons, gourdes et autres produits écol'eaux que le client peut se procurer sur place, investissez dans des partenariats d'artisans locaux pour faire de cet endroit une évidence : **ici on économise l'eau, ça coule de source !**



Il fait beau dehors !

L'information sur vos économies d'eau continue au jardin comme à la piscine. Des petits panneaux piqués par-ci par-là sont un bon support pour rappeler votre démarche.

Piscine au filtrage naturel, arrosage à l'eau de pluie, jardin méditerranéen qui nécessite que très peu d'eau, lavage des plages de piscine à l'eau réutilisée... là où il y a votre volonté, il y a information !

*Besoin d'inspiration ?
Consultez la boîte à outils !*

Votre avis compte !

Mener une petite enquête de satisfaction, déposer un questionnaire dans la chambre ou le locatif installer une boîte suggestions près de l'accueil, ... prendre en compte l'avis de la clientèle et recueillir leurs idées vous permet d'évaluer la pertinence des actions menées, et d'estimer leurs attentes.

Votre site internet et les avis en ligne, sont autant de bons indicateurs de réussite.

N'oubliez pas, vous autoévaluer est important ; un retour au personnel l'est autant. Se sentant impliqué dans la démarche, ce dernier jouera pleinement son rôle d'ambassadeur.



Des données qui parlent

Des chiffres clés aident à rendre palpable certaines choses. MAIS attention, comme pour tout, si vous affichez des chiffres, soyez capables de donner les bons arguments et de connaître vos sources !

Si vous faites le suivi de vos consommations, évidemment que vous les mettez en évidence !

Transmettez vos connaissances sur votre territoire !

Le Parc du Luberon vous aide à vous approprier l'information sur la ressource eau en Luberon que vous avez envie de partager. Visites, formation et documentations ..., tout est à portée de main pour vous imprégner de la présence de l'eau, à mieux le connaître. Pour mieux le partager.

Contactez-nous : 04 90 04 42 00

Chiffres clés

Un habitant en Luberon
consomme en moyenne
150 L d'eau par jour.

Un client d'hôtel
consomme en moyenne
300 L d'eau par nuitée*.

*source UMIH- L'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie



“

*A chaque fois, je suis étonnée de
leur engagement volontaire !*

”

LA COMMUNICATION AVEC VOS CLIENTS - **AYEZ LE BON DISCOURS**

Comment mobilisez vos hôtes ?

Avoir le bon discours, savoir parler à ses clients de manière à ce qu'une réelle économie d'eau s'opère, est un TOUT.

Pas besoin d'être expert en environnement, inutile de suivre des cours de pédagogie, **trouvez juste le bon ton et considérez votre communication autrement.**

Vous êtes une courroie de transmission, la personne la mieux placée pour refléter, incarner, transmettre, informer votre clientèle. De la nécessité de considérer la ressource eau en Luberon, de l'importance de la préserver.

De l'évidence de l'économiser.

Jusqu'à en faire une habitude.

JE MOBILISE !



3 JE MOBILISE !

Vous faites des efforts ? Parlez-en !

Expliquez votre démarche, dites à vos clients que grâce à leur collaboration vous économisez plusieurs litres d'eau par jour, que votre personnel utilise des produits de nettoyage biodégradables...

Parlez directement avec eux. Vous créez ainsi un lien unique et conforterez l'image de votre établissement.

Communiquez positivement avec votre clientèle sur l'impact de leurs actions et les comportements responsables. Ne la faites pas culpabiliser! Suggérez, encouragez-la, faites-la cogiter elle-même sur la pertinence des gestes. N'oubliez pas **vos clients sont en VACANCES !** Mais ça, vous le savez déjà !

Ici on est engagé, et vous ?

« Nous faisons de notre mieux pour préserver l'environnement. Pouvons-nous compter sur vous » ?

Demander aux clients de signer une charte pour s'engager à réutiliser leurs serviettes, à n'arroser que le soir et à couper l'eau en se savonnant sous la douche, peut devenir ludique et valorisant pour grands et petits.

En échange, vous pouvez par exemple leur remettre un objet (carafe d'eau, tote-bag...) qui **agit comme marqueur de cet engagement** et comme reconnaissance sociale.

Récompensez avec des bons points !

Proposez des actions concrètes qui valent des points. Une fois cumulés, une récompense attend les clients participant en fin de séjour : réduction verte de X % sur le séjour, chèque-cadeau

Idées d'actions éco-bons :

- Demander un nettoyage sommaire de sa chambre.
- Faire nettoyer la chambre seulement tous les 2 jours.
- Réutiliser les serviettes de bain 2 fois.

Draps, serviettes et essuie-main

Si vous changez les habitudes, cela risque d'être mal perçu. Il est donc indispensable d'en informer votre personnel et votre clientèle !

Définissez une fréquence de changement des draps et de serviettes selon la durée du séjour.

Dans la salle de bains

Ajouter/mettre des patères et/ou porte-serviettes suffisamment grands et nombreux pour étendre les serviettes.

Fini les échantillons de savons, shampoing, gel douche ! Disposez de grands flacons.

Encore mieux : mettez des échantillons de savon produit en Luberon et proposez la vente à la réception.

Le saviez-vous ?

Un savon solide consomme moins d'eau qu'un gel douche, de part sa composition mais aussi la quantité d'eau nécessaire pour le rincer.

Plouf en piscine

Si les serviettes et les peignoirs sont à disposition pour le spa, la piscine ou le jacuzzi, évitez le libre-service. Faites savoir que le personnel est là pour donner le linge en cas de besoin.

Au-delà des paroles

Comment informer les clients de manière adéquate sur les possibilités de contribuer aux économies d'eau ? Nous ne sommes pas toujours doués pour prendre des décisions rationnelles, il faut donc trouver d'autres leviers : l'incitation, la récompense, l'information qui marque.

Bienvenue dans le monde des nudges !

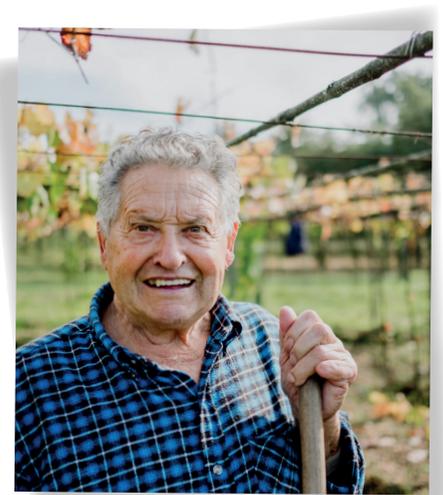
Autocollants, cartels et autres accessoires

Rappelez de façon discrète mais visible les petits éco-gestes du quotidien. Avec des messages courts et pertinents, qui donnent envie !

Les nudges s'y prêtent à merveille. Littéralement « coups de pouce » ou « incitations douces », les nudges sont des outils formidables pour favoriser l'éco-consommation.

Issue des sciences comportementales, cette approche a pour but de conduire l'individu à faire des choix qui vont dans le sens de l'intérêt général, sans être pour autant prescriptive ou culpabilisante. Une jolie alternative attrayante et acceptable, faites-en un allié !

Besoin d'inspiration ? Consultez la boîte à outils !



“
*J'aime montrer mes efforts en
faveur de l'écologie !*
”

J'ÉCONOMISE L'EAU- SUIVEZ LE GUIDE

4

Chaque effort compte et chaque investissement que vous réalisez, aussi minime qu'il puisse paraître, traduit vos engagements. Vous-même pratiquez une éco'eau attitude, alors pourquoi ne pas la partager ? **La transparence paie toujours.**

Créez des moments d'échanges lors de l'arrivée, de l'apéro de bienvenue, à l'occasion d'un petit déjeuner ou simplement lorsque le moment s'y prête.

Proposez un tour guidé des lieux non accessibles en temps normal dans votre hébergement. Amenez-les à explorer les pièces (cuisine, chaufferie, jardin...), vos clients réaliseront ainsi tous les efforts déployés par vous, votre personnel, vos partenaires.

En expliquant les efforts d'éco'eau attitude, vous remarquerez que certains clients sont enthousiastes de partager leurs idées et leurs expériences, dont certaines vous permettront même de bonifier votre démarche.

JE PARATGE !

4

JE PARTAGE !



Ils en parlent

*Hotel Le Charembreau à
Forcalquier*



« Communiquer de manière discrète. »

Nos équipements et manières de travailler au sein de l'établissement poussent le client au questionnement. Nous avons installé des équipements hydro-économiques et avons mis quelques informations ciblées sur la consommation d'eau tel que les stickers « économisons l'eau » sur les lavabos ou encore un document pour éviter le renouvellement systématique du linge. Cependant, nous nous efforçons de limiter l'affichage de nos actions « vertueuses ». Notre clientèle vient déjà dans notre établissement car nous sommes dans une démarche durable. Labellisé Valeur Parc, Accueil Vélo et RSE, ils constatent que notre gestion répond à certains critères environnementaux. Nous avons installé récemment tout un système d'irrigation au goutte à goutte complètement télé-géré et enterré sur les espaces d'accueil et de petit déjeuner, et avons abandonné l'irrigation des autres pelouses, moins sollicitées. Lorsque nos clients nous interrogent, nous avons grand plaisir à leur expliquer notre démarche. Notre futur projet serait de créer un cheminement le long du riu au fond de la propriété permettant de découvrir les mines d'eau qui alimentent une partie de notre système d'arrosage. Ces espaces paisibles sont selon nous des sites idéaux pour évoquer l'histoire de la ressource en eau sur notre territoire, son importance majeure ...et sa fragilité.

«Ici on s'adapte à ce que l'on a !»

«Résilience» est le maître mot dans la Provence sèche. J'ai installé plusieurs citernes pour récupérer l'eau de pluie dans le but d'arroser notre jardin potager et le jardin d'agrément. Je viens d'installer une nouvelle cuve enterré pour augmenter ma capacité de stockage, ce qui évite aussi le problème des moustiques. Côté plantation, j'ai choisi les espèces les plus adaptées au climat et au stress hydrique et s'ils ne résistent pas c'est qu'ils n'ont malheureusement pas leur place ici. Mes hôtes sont parfois surpris que l'herbe ne soit pas verte, c'est l'occasion d'échanger sur le choix des plantes et leur expliquer tout le système de récupération d'eau mais aussi les pratiques culturelles que j'essaie de mettre en œuvre.

Le passage aux toilettes sèches généralisées est aussi un projet à moyen terme, nous expérimentons déjà à titre personnel plusieurs modèles.

Il est important de sensibiliser les visiteurs aux enjeux de l'eau sur notre territoire et aux choix sociétaux entre irrigation, loisir et production d'énergie.

Gîtes La Poterie à Roussillon



Des visites proposées par le Parc

En partenariat avec les offices du tourisme, le Parc du Luberon propose des formations pour les hébergeurs avec des visites de site. Cela permet des échanges entre pro et de voir de belles initiatives !

**Contactez le service eau & rivière !
04 90 04 42 06**



Formation organisée en mars 2022 au camping des Cèdres à Apt : 1 journée complète pour comprendre les enjeux de l'eau sur le territoire et les techniques de gestion au sein de son établissement sur les bâtiments et les espaces verts.



Parc naturel régional du Luberon
60, place Jean Jaurès • BP 122 • 84404 Apt Cedex
Tél. 04 90 04 42 00 • www.parcduluberon.fr

Ce guide a été réalisé grâce au soutien financier de l'Agence de l'Eau RMC et de la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur dans le cadre du programme ÉCONOMISONS L'EAU, CHAQUE GOUTTE COMPTE.

Avec le soutien de



Conception & rédaction : Com' un poisson dans l'eau
Date de publication : août 2022
Crédit photos : unsplash ©

Imprimé sur papier 100 % recyclé avec des encres végétales par L'Imprim.

MON CLIENT ET MOI

COMMENT RENDRE VOTRE CLIENTÈLE ACTEUR ÉCOL'EAU ?

Ici dans le Luberon, avec 8,2 millions de nuitées touristiques dont 6 millions d'excursionnistes chaque année, les touristes génèrent par leurs déplacements, leurs loisirs et leurs hébergements, un impact avéré sur l'environnement. Et particulièrement sur l'eau.

L'eau en Luberon a besoin de vous !

En tant qu'hébergeurs engagés, vous pouvez jouer un rôle pédagogique auprès de votre clientèle. Même si celle-ci aspire avant tout à la détente et l'insouciance le temps des vacances, échappant ainsi aux contraintes et devoirs du quotidien.

Comment stimuler une conscience écologique face à la quête de cette légèreté de l'être ?

Considérez simplement qu'économiser l'eau n'est pas forcément synonyme de contraintes supplémentaires, de privatisation de confort ou d'interdiction de s'amuser.

Ce guide a pour ambition de vous donner les outils, conseils et astuces nécessaires pour faire de votre hébergement un endroit où l'eau est le roi !

