Réinventons ensemble les secteurs d’activités grand public à l’ère du changement climatique et de la Covid-19

Atelier participatif - Juin 2020

CONTEXTUALISATION

Le tourisme et l'ensemble des secteurs d'activités grand public (culture, sport et loisirs) ont été fortement impactés par la Covid-19.

La crise du coronavirus a montré que les activités grand public gagneraient à se réinventer en prenant en compte les enjeux sanitaires et les enjeux environnementaux.

Pour rassembler des solutions destinées à relancer les secteurs d'activités grand public, ZeroCC a mené une consultation en ligne auprès de 130 personnes, puis a réuni 48 amateurs d'activités grand public dans le cadre d'un atelier participatif.

METHODOLOGIE DE L'ATELIER PARTICIPATIF

L'atelier participatif a été organisé suite à une consultation citoyenne sur les perspectives de transition écologique des activités grand public dont l'infographie est disponible **ici.**

L'atelier participatif a réuni 48 individus qui reflètent l'ensemble de la population française tant au niveau de la parité, que de l'âge (15 ans à 70 ans), et que des catégories sociaux professionnelles.

La consultation en ligne, suivi de l'atelier participatif ont été mené du 19 au 29 juin 2020.

L'atelier participatif a repris les trois grands thèmes de la consultation en ligne. Après avoir commenté les résultats de la consultation, les participants ont proposé des solutions pour relancer les acteurs des activités grand public en prenant en compte les enjeux climatiques et écologiques.

THÈMES ABORDÉS DURANT L'ATELIER PARTICIPATIF

Partie 1 - Impact de la Covid-19 sur les acteurs des activités grand public

Partie 2 - Répercussions environnementales de la Covid-19

Partie 3 - Rôle des acteurs des activités grand public dans la lutte contre le changement climatique

Partie 1 - Impact de la Covid-19 sur les secteurs d’activité grand public

REPRISE DES ACTIVITÉS GRAND PUBLIC

Rappel des Résultats

- Délai de reprise des activités grand public (touristiques, culturelles, sportives et loisirs) : **28%** dès à présent, **34 %** dans le mois ou les 2 mois qui suivent le déconfinement, **32 %** dans 3 à 6 mois.
- **75 %** des répondants vont maintenir leur budget lié au divertissement (tourisme, culture, sport et loisirs), 21% vont le diminuer.
- **67%** des répondants souhaitent reprendre des visites culturelles, **47%** aller dans un parc de loisirs/parc d'attractions, **42%** aller dans une salle de sport, **40%** participer à une visite guidée, **37%** à un concert et **30%** dans un salon et une foire.

Commentaires durant l'atelier participatif

- Bien que le gouvernement ait autorisé l'ouverture des structures touristiques, culturelles et de loisirs, les Français restent prudents car la Covid-19 a démontré les limites de l'État. Les acteurs des activités grand public doivent donc mener des actions, collectivement ou individuellement, pour rassurer les visiteurs.
- Certains participants préconisent même que le gouvernement instaure un confinement de 3 à 4 semaines une fois par an aussi bien pour préserver la planète que pour réapprendre à vivre autrement.
- La Covid-19 a démontré que la consommation tous azimuts est révolue, particulièrement durant les vacances. Un peu comme manger de la viande, ce n'est pas la quantité qui compte mais la qualité.
- Dans la même veine que la Slow Food, le concept du Slow Life a de bonne chance de s'étendre aux secteurs des activités grand public.

Partie 2 - Répercussions environnementales de la Covid-19

CORRÉLATION ENTRE LA COVID-19 ET LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

61% des répondants estiment qu'il n'y a pas de lien entre le changement climatique et la crise sanitaire.

95% pensent que la période post Covid-19 est le moment propice pour agir sur le front climatique.

92% craignent un rebond de pollution et des émissions de gaz à effet de serre une fois passée la crise du coronavirus.

90% pensent que les émissions de CO2 ont vraiment baissé depuis le début de la crise de la Covid-19.

DÉPLOIEMENT D'ACTIONS ENVIRONNEMENTALES SUITE À LA COVID-19 ?

Pas plus d'actions

Les participants pensent que les acteurs de ces secteurs doivent se remettre en question et modifier leurs modèles économiques dès aujourd'hui.

Ils craignent cependant que la période post Covid-19 ne se traduise pas par plus d'actions climatiques et écologiques : effet « bonnes résolutions du nouvel an ».

Des propositions sont faites pour que les acteurs des activités grand public et leurs visiteurs n'oublient pas les enjeux environnementaux.

L' État gagnerait à

Soutenir les organisations qui adoptent un fonctionnement transparent et responsable.

Durcir le cadre législatif : des sanctions et des restrictions plus fortes.

Sensibiliser dès l'enseignement supérieur les futurs acteurs des activités grand public.

Les entreprises gagneraient à

Renforcer leurs activités grand public au niveau local pour être en phase avec cette tendance durable.

Mettre en place des campagnes de communication et d'information innovantes dans les médias.

Faire davantage de bilans de consommation énergétique et des démarches de notation RSE.

Partie 3 - Rôle des acteurs du tourisme, de la culture, des loisirs et du sport dans la lutte contre le changement climatique

PERCEPTION DES ACTIONS DU SECTEUR DU TOURISME

Rappel des résultats

- **61%** des répondants pensent que l'industrie touristique n'est **« pas assez engagé »** dans la lutte contre le changement climatique.
- **15%** estiment que le secteur n'est « **pas du tout engagé** ».
- **17** % pensent que le secteur est « **assez engagé »**.

Commentaires durant l'atelier

- Le secteur bénéficie d'une très mauvaise image, notamment due au transport aérien et aux croisières.
- Les participants ont salué la volonté du gouvernement d'interdire l'avion sur les liaisons desservies par le train en moins de 2 h 30.
- Nombreux participants ont mentionné qu'il ne fallait pas opposer « tourisme frugal » et « tourisme de luxe ». Le tourisme durable doit s'accélérer, mais il ne faut pas montrer du doigt ceux qui ont les moyens de se payer des vacances haut de gamme.

Propositions d'actions durables pour le secteur touristique

Accélérer la promotion du tourisme responsable et impliquer davantage la clientèle	Privilégier les mobilités douces, le slow tourisme et le tourisme de proximité	Développer le tourisme immersif, expérientiel
Partager une partie de leurs résultats avec des associations et des collectivités locales	Réduire le tourisme de masse	Créer du lien entre les voyageurs et les producteurs locaux (artisans, viticoles…)
Redistribuer la nourriture non consommée aux employés des hôtels	Construire des navires de croisière qui fonctionnent au gaz naturel liquéfié à combustion propre.	Préserver et contrôler l'accès aux zones naturelles

PERCEPTION DES ACTIONS DU SECTEUR DU SPORT

Rappel des résultats

- **55 %** des répondants pensent que le secteur du sport n'est **« pas assez engagé »** dans la lutte contre le changement climatique.
- **18 %** estiment que le secteur n'est « **pas du tout engagé** ».
- **23 %** pensent que le secteur est « **assez engagé** ».

Commentaires durant l'atelier

- S'il existe des mouvements comme "Sports for Climate Action", chaque année il y a plus de 2,5 millions de manifestations en France qui ont toutes des répercussions sur l'environnement et le climat : ex beaucoup de consommation d'eau, et d'énergie.
- A la différence des personnalités du monde de la culture, les personnalités du monde du sport ne sont pas suffisamment engagés et ne prennent pas souvent la parole dans les médias.

Propositions d'actions durables pour le secteur du sport

- Promouvoir le cyclisme, les sports de plein air
- Favoriser des sponsors engagés qui ont des projets environnementaux
- Utiliser des infrastructures plus propres en émissions de CO2
- Profiter de l'engouement sportif des jeunes générations pour réaliser des campagnes de sensibilisation sur des réseaux comme TikTok, Instagram, etc.
- Profiter des grands évènements comme les JO, Rolland Garros, la FIFA pour faire passer des messages forts et mettre en place des actions mesurables.
- Utiliser la notoriété des grandes personnalités sportives et leur médiatisation

PERCEPTION DES ACTIONS DU SECTEUR DE LA CULTURE

Rappel des résultats

- **39 %** des répondants pensent que le secteur de la culture n'est **« pas assez engagé »** dans la lutte contre le changement climatique;
- **10 %** des personnes interrogées estiment même que le secteur n'est **« pas du tout engagé »**.
- **44 %** pensent tout de même que le secteur est « **assez engagé** ».

Commentaires durant l'atelier

- Le secteur de la culture est perçu comme celui qui agit le plus en faveur de lutte contre le changement climatique car de nombreux acteurs sont engagés.
- Les participants sont tout de même prudents car les prises de parole des artistes ne représentent pas réellement l'engagement des entreprises du secteur.
- La production d'œuvres artistiques et cinématographiques permet à ce secteur de bénéficier d'un capital sympathie supérieur aux autres secteurs.

Propositions d'actions durables pour le secteur de la culture

- Créer un label éco-responsable
- Penser les manifestations culturelles sous le prisme de l'économie circulaire et de la sobriété
- Faire en sorte que le transport des œuvres soit plus éco-responsable
- Utiliser davantage l'image de grandes personnalités artistiques
- Réutiliser les scénographies des expositions précédentes
- Confectionner certains costumes à partir de plastiques de récupération.

PERCEPTION DES ACTIONS DU SECTEUR DES LOISIRS

Rappel des résultats

- **55 %** des répondants pensent que le secteur des loisirs n'est **« pas assez engagé »** dans la lutte contre le changement climatique;
- **19 %** des personnes interrogées estiment même que le secteur n'est **« pas du tout engagé »**.
- **22 %** pensent que le secteur est « **assez engagé** ».

Commentaires durant l'atelier

- Un Vice-Président de Disneyland a dit un jour : « nos visiteurs nous disent que l'environnement est important, c'est donc un gros enjeu pour nous ». Et pourtant la transformation du secteur des loisirs semble trop lente pour les participants de l'atelier, notamment à cause de la nature énergivore du secteur.
- Les parcs d'attraction et de loisirs sont des lieux qui font rêver en présentant des mondes merveilleux. Ils ont donc une grande responsabilité, notamment auprès des plus jeunes.
- A l'image du parc EPCOT de Disney, il est urgent que les acteurs du secteur se réinventent en suivant un fil conducteur plus durable.

Propositions d'actions durables pour le secteur des loisirs

Favoriser la création de lieux éco-friendly et promouvoir les événements neutre en émission	Créer des espaces d'agriculture régénérative	Fermer les lieux trop énergivore (parcs aquatiques…)
Proposer des modes de restaurations orientés vegane, végétarien et zéro gâchis (utiliser les épluchures)	Arrêter l'utilisation du plastique jetable (pailles, gobelets, sacs plastique dans les boutiques de souvenirs…)	Utiliser la réalité virtuelle pour valoriser et promouvoir la biodiversité
Illuminer les parades grâce à l'énergie solaire issue des constructions des parcs	Créer de l'énergie à partir des déchets (exemple Pumpkin waste)	Utiliser l'énergie géothermique pour alimenter les parcs et les hôtels

COLLABORATION ENTREPRISES & CITOYENS

Rappel des résultats

88 % des répondants de la consultation en ligne estime qu'une collaboration entre les citoyens et les acteurs des activités grand public peut contribuer à la sauvegarde de la planète.

Commentaires durant l'atelier

Proposer des projets de collaboration entre les entreprises et les citoyens permettraient aux entreprises de mettre en place des actions plus ambitieuses et aux citoyens de comprendre les enjeux globaux des entreprises.

Pour ce faire, plusieurs formes de collaborations ont été proposées.

- PROMOUVOIR L'INTRAPRENEURIAT RESPONSABLE AUPRÈS DES COLLABOARTEURS
- OFFRIR DES CADEAUX ET DES BONS REDUCTIONS AUX CITOYENS RESPONSABLES
- MENER DES ACTIONS TRIPARTITES : CITOYENS/ ENTREPRISES/ COLLECTIVITÉS
- GÉNERALISER LES ACTIONS DE CROWDSOURCING POUR SE RÉINVENTER
- NOTER LES STRUCTURES QUI RESPECTENT L'ENVIRONNEMENT VIA DES APPLICATIONS
- ENCOURAGER LE CO-VOITURAGE ENTRE EMPLOYÉS / ÊTRE FLEXIBLE SUR LES MODALITÉS DE TRAVAIL, PROMOUVOIR LE TÉLÉTRAVAIL
- ENCOURAGER LE MADE IN FRANCE AUPRÈS DES VISITEURS
- ORGANISER DES JOURNÉES ENVIRONNEMENTALES
- ELIRE DES REPRÉSENTANTS DE QUARTIER / VILLE ET D'ENTREPRISE POUR CRÉER DES GROUPES DE TRAVAIL

TOUT UN CHACUN DOIT SE RESPONSABILISER

Si les participants à l'atelier souhaitent majoritairement collaborer avec les acteurs des activités grand public dans la lutte contre le changement climatique, **la grande majorité** pensent aussi que **chaque citoyen doit mettre en place des petits gestes pour préserver l'environnement comme :**

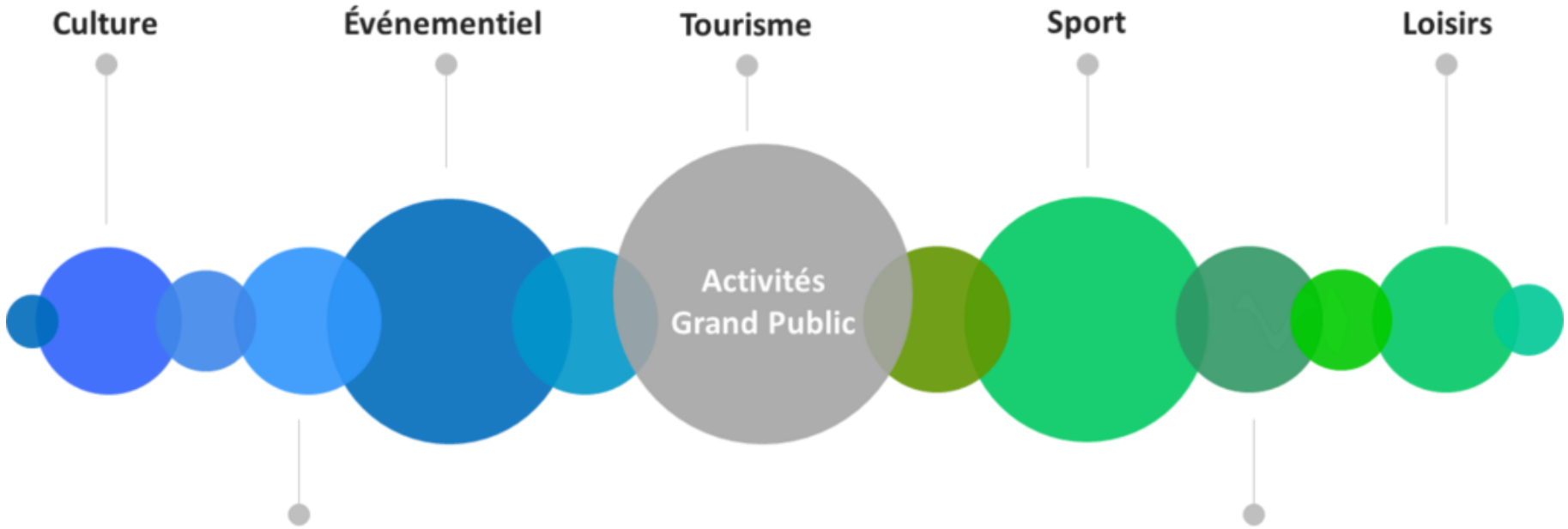
- Le tri des déchets / tri-sélectif
- L'es économies d'énergies (électricité, eau…)
- L'utilisation du vélo, comme nouvelle tendance en matière de
- déplacements ou du co-voiturage
- La consommation responsable (achat en vrac, réduction des emballages plastique, achat local…)
- La consommation de produits réutilisables et lavables
- La pratique du « Do it Yourself »
- La consommation locale

SYNTHÈSE

- La crise de la Covid-19 a provoqué un électrochoc mondial. Cette situation inédite invite les citoyens, les entreprises et les gouvernements à changer certaines habitudes.
- Au niveau individuel, les citoyens souhaitent manger différemment et **adopter une vie plus saine et respectueuse de l'environnement**.
- Au niveau collectif c'est notre **modèle de société qui mérite d'être repenser**.
- A l'ère de la **société collaborative et participative**, les citoyens ne demandent plus seulement aux entreprises d'être plus responsables, nombreux sont ceux qui souhaitent collaborer avec elles. La notion de responsabilité partagée prend ici tout son sens.
- La période post Covid-19 est propice à des changements, mais les participants à l'atelier pensent que **les pratiques ne vont pas véritablement évoluer**.
- Si certaines propositions sont de nature punitives (sanctions et restrictions), **72% des personnes interrogées sont prêtes à payer plus cher** leurs activités culturelles, sportives et de loisirs **si les organisations mettent en place des projets en faveur du développement durable**. Une bonne nouvelle pour les organisations qui seront actrices de cette révolution écologique.

A PROPOS DE ZEROCC

Labellisée au pôle de compétitivité mondial FINANCE INNOVATION, ZeroCC fournit des solutions numériques et collaboratives aux organisations d'activités grand public qui souhaitent avancer sur leur trajectoire carbone et écologique.



Pourvoyeurs d'émotions positives, les activités grand public sont des instruments à utiliser à leur plein potentiel dans la lutte contre le changement climatique.

Particulièrement propices au changement post-Covid19, nos offres « ZeroCC First » et « ZeroCC Pulse » dynamisent votre parcours vers la neutralité carbone.

Avez-vous des questions ?

CONTACTEZ-NOUS

César ORTIZ SOTELO
CEO et Co-Founder
Email : cortizsotelo@e-zerocc.com
Téléphone : +33(0)6.77.66.65.78

Sonia EYAAN
COO et Co-Founder
Email : seyaan@e-zerocc.com
Téléphone : +33(0)6.34.68.07.63

www.e-zerocc.com