

Louvain School of Management

Motivations and obstacles of enterprises in the tourism sector to adopt sustainable tourism

The case of 18 tourism businesses in Walloon Brabant

Author(s): Angeline JIANG
Supervisor(s): Valérie SWAEN
Academic year 2020-2021

Acknowledgements

I would like to thank all the people who have supported and encouraged me throughout the realization of my thesis.

First of all, I would like to thank my promoter, Valérie Swaen, for the time she gave me, but also for her feedback, comments, and recommendations that helped to improve this work.

Secondly, I would like to express my gratitude to the eighteen professionals of tourism businesses who very kindly agreed to answer my questions and, without whom this research would not have been possible, as well as to the coordinator of the Green Key label and to the Walloon Brabant Federation and Tourist Office for their help in contacting businesses.

Finally, I would like to thank my sister who has supported and encouraged me throughout this journey.

CONTENTS

LIST OF ABBREVIATIONS	V
INTRODUCTION.....	1
PART I: LITERATURE REVIEW.....	4
Chapter 1. The tourism industry	4
1.1. Definitions	4
1.2. Importance of the tourism industry	4
1.3 Impacts of tourism on our planet and the host destinations	5
1.3.1. Economic impacts	5
1.3.2. Environmental impacts	6
1.3.3. Social and cultural impacts	8
Chapter 2. Sustainable Tourism	9
2.1. Definitions	9
2.2. Difference between ecotourism and sustainable tourism	11
2.3. Origin of sustainable tourism	13
2.4. Pillars of sustainable tourism.....	14
2.5. Customer’s reaction to sustainable tourism, barriers, motivations and segmentation	15
2.5.1. Customers’ reaction to sustainable tourism	16
2.5.2. Customers’ obstacles	17
2.5.3. Customers’ motivations	18
2.5.4. Customers’ segmentation.....	18
2.6. Motivations of companies to develop sustainable tourism.....	20
2.6.1. Lifestyle	20
2.6.2. Costs savings.....	20
2.6.3. Competitive advantage.....	21
2.6.4. Growing customer awareness of environmental concerns.....	21
2.6.5. Marketing advantage or enhanced image	21
2.6.6. Ethical stance of the company	21
2.6.7. Under pressure from regulations.....	22
2.7. Obstacles for companies to develop sustainable tourism	22
2.7.1. Obstacles related to resources: money, time, effort, infrastructure	22
2.7.2. Obstacles related to lack of information and lack of demand.....	24

2.8. Sustainable tools to implement.....	25
2.9. Role of ecolabels	27
Conclusion of the theoretical part.....	28
Part II: EMPIRICAL RESEARCH.....	30
Chapter 3. Tourism in Walloon Brabant.....	30
3.1. Some statistics	30
<i>The offer</i>	30
<i>The frequentation</i>	30
3.2. The structure of tourism	32
3.3. What about sustainable tourism in Walloon Brabant	33
3.3.1. Pillar: Environment.....	33
<i>The “Green key” label</i>	33
<i>The “Bienvenue vélo” label</i>	36
3.3.2. Pillar: Social.....	38
3.3.3. Pillar: Economic.....	39
3.4. Conclusion of the chapter	40
Chapter 4. Development of the research question	40
Chapter 5. Methodology	42
5.1. Choice of method - qualitative	42
5.2. Sample	42
5.3. Data collection – semi-structured interviews	45
5.4. Construction of the interview guide	48
5.5. Method of analysis.....	49
Chapter 6: Discussion of the results	49
6.1. Motivations of tourism companies when developing sustainable tourism.....	49
6.1.1. Lifestyle	49
6.1.2. Ethical stance of the organization	52
6.1.3. Increasing customer awareness.....	53
6.1.4. Demand from higher authority.....	54
6.1.5. Obtain a marketing advantage/improved image	54
6.1.6. Cost savings	55
6.1.7. Discussion	55

6.2. Obstacles encountered by tourist companies when developing sustainable tourism	56
6.2.1. High investment costs involved	57
6.2.2. Administrative stagnation	58
6.2.3. Classified site	59
6.2.4. Lack of knowledge or expertise	60
6.2.5. Infrastructure obstacles/barriers	60
6.2.6. Doubt about profitability	61
6.2.7. Time	61
6.2.8. No demand for sustainable tourist establishments	62
6.2.9. Sustainability skeptics	62
6.2.10. Discussion	62
6.3. Measures taken to overcome the obstacles	64
6.3.1. Internal actions	64
6.3.2. Interventions from external parties	64
6.4. Attitudes of customers towards sustainable tourism	66
6.5. Actual and potential motivations of tourism enterprises to certify Green Key	69
6.5.1. Certification within reach	69
6.5.2. Opportunity to accept EcoCheques as payment	70
6.5.3. Official recognition	70
6.5.4. More visibility	71
6.5.5. Clear structure	71
6.5.6. Pledge of quality	71
6.5.7. Argument for positive communication and marketing	71
6.5.8. Alignment with personal conviction	71
6.5.9. Reward for efforts	72
6.5.10. Pressure on customers to participate in the sustainable approach	72
6.5.11. Appeal to customers	72
6.5.12. Discussion	72
6.6. Conclusion of the findings	73
CONCLUSION	75
7.1. Objectives and results of the work	75
7.2. Recommendations	77
7.3. Limitations and future research directions	79

REFERENCES.....	81
APPENDICES.....	96
Appendix 1: Conclusion from studies on the motivations of companies to adopt sustainable tourism.....	96
Appendix 2: Conclusion from studies on obstacles for companies to develop sustainable tourism.....	96
Appendix 3: Presentation of the interviewed enterprises in the tourism sector	97
Appendix 4: Interview guide for sustainable tourism enterprises	106
Appendix 5: Interview guide for non-sustainable tourism enterprises.....	107
Appendix 6: Transcripts of interviews	108
Appendix 7: Coding of the interviews	240
Appendix 8: Sustainable tourism practices currently adopted	249

LIST OF ABBREVIATIONS

ASBL	Association sans but lucratif
CBET	Community-based ecotourism
CGT	Commissariat général au Tourisme
CITW	Centre d'Ingénierie touristique de Wallonie
FEE	Foundation for Environmental Education
GDP	Gross Domestic Product
IEW	Federation Inter-Environment Wallonie
ITF	Transport Forum
IWEPS	Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique
NGO	Non-governmental organization
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OwT	Observatoire wallon du Tourisme wallon
RAVel	Réseau Autonome des Voies Lentes
RTBF	Radio-télévision belge de la Communauté française
SMEs	Small and medium-sized enterprises
SPF	Service Public Fédéral
UNCED	United Nations Conference on Environment and Development
UNEP	United Nations Environment Programme
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
VAT	Value-added tax
WBT	Wallonie Belgique Tourisme
WCED	World Commission on Environment and Development
WTTC	World Travel & Tourism Council

INTRODUCTION

Tourism is experiencing continued growth and is qualified as one of the fastest growing economic sectors in the world. This resulted in an increase of diversification and competition among destinations (UNWTO). Tourism can have positive economic impacts such as generating employment and income, supporting global trade and infrastructure projects coming from the tourism revenue through construction of new roads, public space and parks that can benefit local people as well as tourists (OECD, 2020).

However, there are some negative effects of tourism. Tourism makes up an increasing part of the world's greenhouse gas emissions. The contribution of both tourism and travel accounts for 5% of global carbon emissions (UNWTO and UNEP, 2008; OECD/UNEP, 2011; UNWTO and ITF, 2019), with half coming from air travel (TUI, 2019). Climate change is one of the key global issues in today's world (United Nations) and thus it is urgent to have progress towards low carbon tourism development (UNWTO). Furthermore, tourism results in overcrowding and congestion of infrastructure related to tourism, degradation of historical and natural sites, landscapes, monuments and public spaces (OECD, 2020). This can also lead to a loss of authenticity and identity for host regions, negatively influencing not just the visitor experience but the environment and host communities as well, which tourism obviously rely upon (OECD, 2018; Peeters et al., 2018; UNWTO et al., 2018 and 2019; McKinsey and WTTC, 2017). Moreover, natural resources of the region are used by tourists at the expense of local people that are already scarce (Aware impact, 2019).

Therefore, a central question arises: Is it possible for tourism businesses to change their practices towards sustainability to promote a more responsible tourism? The World Tourism Organization praises sustainable development in the tourism industry and defines it as "tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities" (UNEP and UNWTO, 2005, p.11-12). In the literature, the term 'sustainable tourism' is widely used. 'Sustainable tourism' means 'tourism that is based on the principles of sustainable development' and refers to a central objective which is to make all tourism more sustainable (United Nations Environment Programme and World Tourism Organization, 2005). Butler has described sustainable tourism as "tourism which is developed and maintained in the area (community, environment) in such a manner and at such a scale that it remains viable over an

indefinite period and does not degrade or alter the environment (human and physical) in which it exists to such a degree that it prohibits the successful development and wellbeing of other activities and processes” (Butler, 1999, p.35).

I believe that enterprises in the tourism industry need to take into account sustainability when doing business, which include adopting sustainable actions. This requires a fundamental change in the traditional processes which were commonly used in the sector in order to meet the current needs of consumers for sustainability. Tourism professionals need to find ways to live up to the consumers’ expectations and take on this challenge to stay attractive in the market which involves sustainable development.

The motivation for this thesis comes from my personal interest. I have travelled to many countries and am passionate about travel. Since we live in a world where climate change, biodiversity, ocean pollution and other resources scarcity are top issues, I realized that actions needed to be taken which start by being more responsible in my everyday life as well as my consumption. However, there have been difficulties in resolving the problems of sustainability in the context of tourism which is why there is a need for more targeted research that try to find practical solutions and develop theory.

The objective of this thesis is to fill gaps in knowledge about the attitudes of Belgian tourism enterprises towards sustainable tourism. Since sustainable tourism offers are important for consumers to have the choice to opt for a more responsible tourism, we will focus on the tourism offer. Therefore, the purpose of this paper is to understand the motivations of tourism enterprises, and more specifically tourism enterprises in Walloon Brabant, and what obstacles they encounter when adopting sustainable tourism, as well as how to overcome these obstacles.

The paper comprises a literature review which covers facts and figures from previous studies about the tourism industry, sustainable tourism and sustainable development followed by empirical research aiming at investigating the obstacles and reasons for tourism organizations to develop a sustainable tourism in the province of Walloon Brabant.

The literature review counts two chapters. The first chapter focuses on the tourism industry at large and highlight its importance, as well as its impacts. The second chapter addresses sustainable tourism through the definition of sustainable tourism and the difference between sustainable tourism and ecotourism. It also explores the origin and emergence of sustainable development and its key pillars, customer reaction towards sustainability, and also the

motivations and obstacles encountered by tourism companies to develop sustainable tourism. Finally, it reviews sustainable tools to implement and the role of ecolabels.

The second part of this thesis consists of an empirical study involving tourism enterprises in Walloon Brabant. In order to gain insights on their obstacles and reasons to develop sustainable tourism, interviews were conducted with tourism professionals in different types of tourism companies. Resource constraint has led the study to focus mainly on attractions and accommodations. The first chapter of this empirical part concentrates on the description of tourism in Walloon Brabant with the support of some statistics, then sustainable tourism in the province is studied. The second and third chapters describes the development of the research question and the methodology used to conduct the empirical research. The fourth chapter is devoted to the analysis of the data gathered during the interviews. The last part concludes this thesis by summarizing the objectives and results of the work, providing recommendations and finishes by briefly mentioning further research opportunities related to the subject.

PART I: LITERATURE REVIEW

Chapter 1. The tourism industry

Chapter 1 sets out the key definitions of tourism and outlines the importance of the tourism industry. First, it exposes a few definitions of tourism. Secondly, it describes the tourism industry with some key data putting forward the importance of tourism. Lastly, it explains the impacts generated by tourism.

1.1. Definitions

Tourism can be defined in many different ways, which is why the United Nations World Tourism Organization launched a project from 2005 to 2007 to provide a common glossary of tourism terms. It provides a definition of tourism which is as follows: “Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. These people are called visitors (which may be either tourists or excursionists; residents or non-residents) and tourism has to do with their activities, some of which involve tourism expenditure.” (UNWTO, 2008, p.1). For this thesis, we retain this definition of tourism.

In the literature, according to many authors (Jafari, 2002; Holloway & Taylor, 2006; Hall, 2008), individuals are considered tourists when they leave their usual environment on a voluntary basis, where their home is, to visit another surrounding. These individuals generally participate in a variety of activities, regardless of the proximity or distance of that destination (environment). In addition, Holloway and Taylor (2006) and Cooper (2008) states that tourism involve people moving for any reason, even day trips or outings.

1.2. Importance of the tourism industry

The tourism industry has not stopped from growing since the last three decades and has become one of the world’s largest sectors contributing to socio-economic development and job creation (World Travel & Tourism Council, 2020). This first section describes the tourism industry with some key data showing its evolution and rising influence on the global economy.

Based on the World Tourism Organization (UNWTO) statistics, international tourist arrivals accounted for 25 million in 1950. In 1970, this number had increased to 66 million and in 1990

to 435 million (UNWTO, 2011). In 2000, it amounted to 674 million (UNWTO, 2011) and then it increased strongly to reach 1.23 billion in 2016. The last research conducted by the World Travel & Tourism Council (WTTC) in cooperation with Oxford Economics presents the tourism sector as experiencing 3.5% growth in 2019, outperforming the global economy growth of 2.5% for the ninth year consecutively (see Figure 1) which means that the tourism industry keeps increasing years after years (WTTC, 2020). According to the World Tourism Organization forecast, international tourism arrivals are expected to reach 1.8 billion by 2030 (UNWTO, 2011). Resulting from that, the tourism industry has placed itself as a major driver of economic growth whereas its contribution to the world's GDP elevated to US\$ 8.9 trillion in 2019 (or 10.3% of global GDP). Moreover, it has created 330 million jobs which equates to 1 in 10 jobs around the world and has generated 28.3% of global services exports in 2019. This positioned the Travel & Tourism sector as the best partner for governments to create employment (WTTC, 2020).

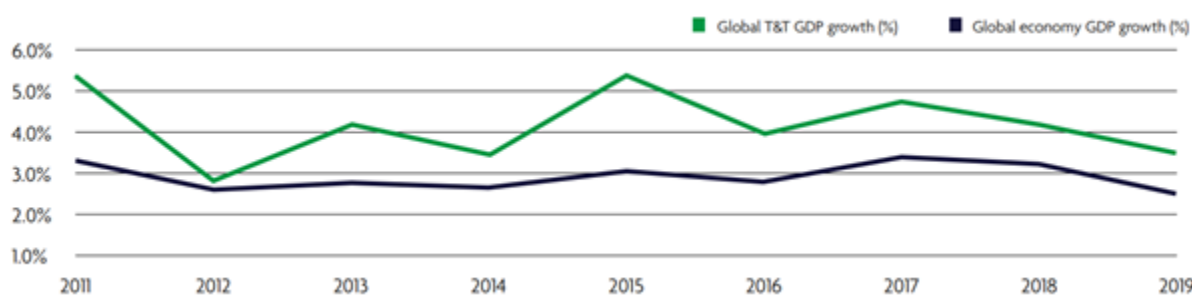


Figure 1: Percentage of the Global Travel & Tourism growth and the Global economy GDP growth. (World Travel & Tourism Council or WTTC, Global economic impact & trends 2020, June 2020, p.1)

1.3 Impacts of tourism on our planet and the host destinations

As seen in the above section, tourism can be described as a rapidly expanding sector that now represents around 10% of the world's economic output and is one of the main creators of employment (WTTC, 2020). This growth comes with great questioning about the impact of this activity. Therefore, this section is devoted to exposing the main positive impacts and negative consequences related to tourism. This section is divided into three dimensions, which are consistent with the three pillars covered by sustainable tourism that will be described in detail later in this paper.

1.3.1. Economic impacts

In early years, it is true that researchers were rather optimistic since their findings emphasized largely the economic benefit of tourism for host destinations.

First and foremost, international tourism is known to generate a flow of currency into the economy of host countries and contribute positively to its balance of payments in the same way as a non-visible export. This entree of revenue, similarly to other export industries, initiates employment, government revenue, household income and business turnover (Archer et al., 2005). A positive chain effect can also be observed for domestic tourism, with one difference regarding the currency: domestic tourism brings a flow of the same currency and hence is redistributing spatially the currency within the country's boundaries. (Archer et al., 2005).

Furthermore, the benefits experienced by less developed areas tend to be greater than those experienced by other regions. Research has shown that tourism is more effective in creating employment and income in developing regions of a country than other sectors. In other words, it is in those less-developed areas that the tourism industry can have a greater impact since the income of the local people can increase more proportionally to the ones in developed areas (Archer et al., 2005). In addition, developing tourism in underdeveloped countries necessitate infrastructure and other facilities such as hotels. The construction of highways and airfields is beneficial for both tourists and local people as they can use it, even though the benefit received from these developments is little for the local people (Archer et al., 2005).

Concerning the negative economic impact on host regions, destinations can become too dependent on tourism income which is not a good thing since it makes them vulnerable and in case of bad weather, terrorism, or diseases, their economy will suffer and there will be dramatically more affected than the other countries (González et al., 2018; OECD, 2018; Peeters et al., 2018; Postma et al., 2017; UNWTO et al., 2018; McKinsey-WTTC, 2017). These impacts described can be consequent or minor depending on several factors such as the flow of visitors disperse or not in different countries and at different time of the year, the type of their stay (for business purpose, leisure, etc.) and their duration, the carrying capacity of the host regions and their tourism-related sites or in other words their ability to manage/welcome a huge number of tourists, along with the ability for local communities of host destinations to adapt to it (OECD, 2020).

1.3.2. Environmental impacts

Regarding the negative environmental impacts of tourism on the global scale, a major one is air pollution. Pollution in the form of dirt and dust can be generated if the tourism development

is not correctly planned, developed and laid out or is under construction. Furthermore, air, road and rail transport continue to increase due to the growing number of tourists and their greater mobility. As a result, tourism now represents more than 60% of air travel and is thus responsible for a significant share of air emissions (Sadeghian, 2019).

Moreover, tourism used 3.2% of the global total in energy which contributed to about 5% of climate change (TUI, 2019). As Gössling (2002) estimated, the energy consumption of tourism on the global scale is 14.8 petajoules, of which 94% relate to the transportation sector, 3.5% to the hospitality sector, and the remainder to the attractions sector. To produce its visitor experience, products and services, the global tourism industry needs large amounts of energy (Becken, 2002; Becken and Simmons, 2002; Gössling, 2002; Kelly and Williams, 2007).

In addition, pollution of oceans and freshwater by the release of waste is another negative impact from tourism (Gössling, 2002; Middleton and Hawkins, 1998; UNEP, 2005). Indeed, tourism can put pressure on fragile ecosystems which consequently degrade the physical environment and disrupt the wildlife (UNEP, 2005). As a matter of fact, the most frequent problem in tourism areas is the abandonment of debris in the landscape (Sadeghian, 2019). For example, it is estimated that cruise ships in the Caribbean produce more than 70,000 tons of garbage each year. Littering and solid waste can deteriorate the physical appearance of the coastline and water and could result in the death of sea creatures (UNEP, 1997).

On the local scale, tourism contributes to the pollution of the air by the transportation of tourists during their stay to go from one place to the other. According to Andereck (1993), most of the air pollution from tourism is caused by automobiles. Cars emit by far the most carbon monoxide compared to all the other means of transportation.

Leisure activities (such as snorkeling, scuba diving, etc.) performed at the destination can lead to the erosion of coral reefs. Other activities such as skiing and walking in mountains can also cause erosion of local environment (Middleton and Hawkins, 1998), not to mention tourism impacts on townscapes, 'traditional' landscapes and nature (Font and McCabe, 2017; OECD, 2018). The over presence of numerous tourists at touristic infrastructure can result in a degradation of monuments, natural and historical sites, public spaces and landscape (OECD, 2018). In addition, poor waste management and tourist behaviors can lead to environmental degradation of the host destination.

An example of this is the case of Maldives, which when we think about it has immaculate landscapes with clear blue waters. It stimulates a feeling of a place untouched by the

humankind. It has been a dreamed destination to go to and is welcoming many tourists each year. Now, tourism is its largest economic sector, and this small island has experienced massive growth over the last decades (Camilleri, 2018). In 1995, the number of tourists accounted for 315,000 tourists' arrivals in Maldives and that number has risen to 1.7 million tourists in 2019 (World Bank, 2021). These growing flow of tourists places an important load of stress on Maldives's resources and its natural landscapes.

Tourists generate considerably more waste than residents, and on top of that the country consists of small islands and reefs where there is little room for waste disposal (Brown et al., 1997). Bigger countries with more ground have the capacity to move away the detritus and waste to desert places, whereas for hotels in Maldives the alternatives are to dispose waste in the sea or incinerate it (Brown et al., 1997). Both actions damage the essential beauty which attracts many travelers (Camilleri, 2018). Not to mention the waste abandoned on the beach by tourists. The case of Maldives, and other similar cases, describes the singular challenge of the tourism activity. Destinations that are dependent on tourism to maintain economic growth must also come up with ways to safeguard their natural resources (Eiseman, 2018).

1.3.3. Social and cultural impacts

Tourism has negative impacts on the social and cultural environment. Destinations can lose their identity and authenticity because of tourism (OECD, 2018). To give some examples, it could be the fact that hotels turn traditional arts and rituals into a form of entertainment and profit; the disruption of the traditional way of earning wages; the disturbance of local culture by western societies 'taking the control' over the less-developed countries (Middleton and Hawkins, 1998) which means that tourism has an impact on heritage and Indigenous cultures (Font and McCabe, 2017).

<p>In conclusion, although tourism is seen as a great source for economic development, mass tourism comes with many negative impacts, such as air pollution, degradation of host destinations due to the large number of tourists, their behaviors and the production of waste, as well as the loss of identity and authenticity of host regions.</p>

Chapter 2. Sustainable Tourism

Chapter 2 addresses the whole concept of sustainable tourism. First, it proposes definitions of sustainable tourism. Secondly, it highlights the difference between the terms ecotourism and sustainable tourism. Thirdly, it reviews the origin of sustainable tourism. Fourthly, it provides the three pillars of sustainable tourism. Fifth, it discloses customers' reaction towards sustainability. Sixth, it describes businesses attitudes towards sustainable tourism by outlining the motivations and obstacles of developing sustainable tourism. Lastly, it presents the sustainable tools to be implemented and the role of ecolabels.

2.1. Definitions

The UN World Tourism Organization (UNWTO) has presented a definition of sustainable tourism as “tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities” (UNEP and UNWTO, 2005, p.11-12). For this thesis, we will retain this definition of sustainable tourism. The UNWTO enlarged this definition to comprise three critical points which manifests the traditional approach of sustainable tourism:

1. “Make optimal use of environmental resources that constitute a key element in tourism development, maintaining essential ecological processes and helping to conserve natural heritage and biodiversity”. (Definition of physical sustainability, UNEP & UNWTO, 2005, p. 11).
2. “Respect the socio-cultural authenticity of host communities, conserve their built and living cultural heritage and traditional values, and contribute to inter-cultural understanding and tolerance”. (Definition of socio-cultural sustainability, UNEP & UNWTO, 2005, p. 11).
3. “Ensure viable, long-term economic operations, providing socio-economic benefits to all stakeholders that are fairly distributed, including stable employment and income-earning opportunities and social services to host communities, and contributing to poverty alleviation.” (Definition of economic sustainability, UNEP & UNWTO, 2005, p. 11).

The definition given by the World Tourism Organization was considered very broad. To have a deeper understanding of what sustainable tourism is, a synthesis of the recommendations

from the Global Code of Ethics for Tourism (UNWTO, 1999) on what should be sustainable or responsible tourism will be exposed further in this chapter.

Lane (1994) emphasized that sustainable tourism seeks to reduce environmental and cultural degradation at the minimum, maximize visitor satisfaction and optimize the region's long-term economic growth.

The participation of all relevant stakeholders is a requisite for sustainable tourism development. These stakeholders include tourists (foreign and domestic); tourist businesses (such as investors, developers, operators; employees, management, shareholders; private and public), the host community and their governments (Liburd & Edwards, 2010; Pigram and Wahab, 1997; Weaver, 2006). For this process of tourism development, Bramwell and Lane (2000) suggest the need to plan effectively and implement collaboration and partnerships among these various stakeholders.

The organization has developed guidelines and management practices which can be applied to all types of tourism, destinations, even mass tourism and the niche segments. A proper balance between the three aspects (environment-economic-social/cultural) must be settled to assure its long-term sustainability. Therefore, maintaining traditional values, preserving cultural heritage and providing authentic experiences for tourists have been put forward as essential elements of sustainable tourism (Liu, 2003).

However, the guidelines stated by the UNWTO are very broad and open for interpretation. It is still much theoretical, and the literature does not provide an operational definition yet. A solution proposed by Lansing and De Vries (2007) is to implement a governance instrument rating system like AAA Diamonds, Michelin Stars and Mobile stars in order to be more credible for travelers and be recognized as true sustainability. Indeed, Lansing and De Vries (2007) have questioned the use of the term 'sustainable tourism' as a means advertised by countries and corporations to differentiate from competition and deliver a more ethical message to tourists who are morally conscious. It has been also criticized by others that found this to be a brilliant marketing tool in order to improve their ethical appearance (only in paper) and attract customers.

In the further course of this work, we have found it relevant to underline the difference between the terms ecotourism and sustainable tourism which are often confused. In the following section, we present in more detail the concept of ecotourism.

2.2. Difference between ecotourism and sustainable tourism

Since the 1980's, people worldwide have become knowledgeable of the negative impacts generated by mass tourism and the concept of sustainable development in tourism was therefore introduced (Manente et al., 2014). There was a growing need for a more sustainable way of travelling. In order to respond to the market, several forms of tourism have seen the light such as ecotourism and sustainable tourism. It can be noted that ecotourism and sustainable tourism are two terms that are commonly believed by people that they are interchangeable. This section will focus on ecotourism in order to shed light on the difference between these two terms.

The globalized world of today has generated an overproduction of goods and services. The tourism industry proposes numerous attractions, tours and destinations. As a result, this has created considerable environmental issues such as land use, garbage, sewage, deforestation, habitat destruction for many species, modification of coasts, etc. (Ramirez and Santana, 2019). Moreover, mass tourism triggered controversy because it controls tourism within a region and because it diverts revenues away from local communities to international destinations (Fennell, 2008). Because of the many environmental problems and lack of consideration for the environment suggested by mass tourism, alternative forms of tourism have been developed.

The term 'Ecotourism' was coined by Ceballos Lascurà in 1983 which in part resulted from the growing awareness and consciousness of the negative impacts caused by mass tourism to natural regions (Orams, 1995). This person defined ecotourism as “travelling to relatively undisturbed or uncontaminated areas with the specific objective of studying, admiring, and enjoying the scenery and its wild plants and animals, as well as any existing cultural manifestations (both past and present) found in these areas” (Ceballos Lascurain, 1987, p. 13-14). Another definition given by the United States Ecotourism Society (1992) declares that ecotourism is “responsible travel to natural areas that conserves the environment and sustains the well-being of local people” (WWF International, 2001, p. 2).

Ecotourism introduces a more nature based and sustainable form of tourism that seeks to link culture and biodiversity (Cobinnah, 2015) as well as restoration and conservation (Ramirez and Santana, 2019). These latter authors also stated that ecotourism has come up with a better manner to use resources and allows an ideology based on the environment. According to Li (2004), ecotourism is one of the most eco-friendly substitutes of tourism for the economic management of resources. Furthermore, ecotourism can play a role in the conservation of

biodiversity and endangered species (Bookbinder et al. 1998; Cobbinah, 2015; Das and Chatterjee 2015; Ghosh and Ghosh 2019; Wardle et al. 2018). According to Cobbinah (2015), the concept of ecotourism seems to solve, among the environmental conservation, cultural preservation, economic development, poverty alleviation, etc. It also may benefit local communities (Buckley, 2001; Geffroy et al., 2015). Indeed, we can talk about the so-called community-based ecotourism (CBET) which is “a form of ecotourism where the local community has substantial control over, and involvement in, its development and management, and a major proportion of the benefits remain within the community” (Denman, 2001, p.2). Adding to that, ecotourism can raise awareness about the environment and educate people about conservation (Zacarias and Loyola, 2017).

To give some numbers, ecotourism accounted for a share of 10-15% of global tourism growth and has risen to 30-40% more recently, corresponding to practically 474 millions of travelers, which shows that ecotourism is well developed (Fritsch & Johansen, 2004; Sing, 2010). To give an example, in India, in Bhitarkanika National Park, 37,080 tourists were counted between 2008 and 2009. Between 2012 and 2013, this number increased to 46,917 tourists (Information Brochure, Mangrove Forest division (WL), Rajnagar, Kendrapara, Odisha; Das and Chatterjee, 2015). Furthermore, UNWTO (1998) declared that ecotourism and all forms of nature-related tourism make up about 20% of total international travel (International Ecotourism Society, 2000).

However, there is a paradox of ecotourism which says that ecotourism can lead to the degradation of the natural surroundings (Ramirez and Santana, 2019). On one hand, ecotourism has positive effects such as the creation of jobs for the local people and the reduction of their need to emigrate (Ramirez and Santana, 2019). On the other hand, it can still have negative impacts such as the loss of traditions as well as the destruction of a few of the natural beauty of the place (Ramirez and Santana, 2019). Higham and Lück (2007) have similar thoughts and point out that the expansion of ecotourism travel options unavoidably comes with a range of related impacts. Critics indicate that ecotourism encourages development and therefore the destruction of natural resources (McLaren, 2003). It is also the belief of Orams (1998) who argues that all forms of tourism (even ecotourism) have negative effects and influences on the natural landscapes. Ecotourism is per se not possible in view of the statement that any types of tourism will have a negative consequence (Orams, 1998). Weaver (2002) states that the environmental repercussions of ecotourism can be either intentional or unintentional. To give an example, intentional costs are the costs that take place with the building of an ecolodge. Das

and Chatterjee (2015) advance that a lot of studies assert that ecotourism does not meet the expected result of encouraging conservation of biodiversity. Many researchers view ecotourism as a tool to generate revenues. The word 'ecotourism' is employed to appeal consumers, and by that generating more profit (Ramirez and Santana, 2019).

When correctly managed and implemented, ecotourism can be a driver for biodiversity conservation, empower local communities and allow a more sustainable way of using the natural and local resources. Moreover, ecotourism can be an instrument to raise environmental awareness of tourists and locals, educate people and help to enhance social wellbeing. These statements, nevertheless, do not signify that ecotourism always produces favorable results. In fact, not all local people participating in ecotourism benefit from it. (Zacarias and Loyola, 2017)

There can be made a conclusion that the difference between ecotourism and sustainable tourism is that ecotourism is a form of tourism, a tourism based on nature where ecolodges are built in remote places, surrounded by nature and focus on the preservation of the environment and support to local communities, while sustainable tourism concerns all forms of tourism (even in urban areas), has a more global view with its three dimensions (social, environmental and economic) and responds to the needs of the environment, host communities, visitors and the industry.

In the rest of this work, we return to our main subject which is sustainable tourism. In the following point, we found it relevant to go back to the roots of sustainable tourism. This will allow us to have a better understanding of the concept.

2.3. Origin of sustainable tourism

To begin this part, it is interesting to look at what are the drivers of sustainable tourism. Four forces of social change have been identified by Prosser (1994) as drivers for searching for sustainable tourism: increasing environmental awareness and a sensitivity for culture, dissatisfaction for products that already exists, realization of the valuable resources that destinations regions have in their possession and their vulnerability, and the changes in attitudes of tour operators and developers.

The concept of sustainable tourism has been evolving as a result of in part the activities of environmental lobbies' campaigns such as Friends of the Earth, Green Peace, Tourism concern,

etc. (Dinan and Sargeant, 2000). This term has gained in popularity since the middle of the eighties and particularly since the Rio Earth Summit (UNCED, 1992).

Literature in sustainable tourism has been forecasting the changing behavior of tourists and marketers towards a more conscious environmental attitude for decades. Some have implied that tourists would even be ready to pay higher costs for more sustainable tourism offerings (Dolnicar et al., 2008). While this term is still at its starting point, it has resulted in impressive progress from minor economic contribution to larger involvement in sustainability (Garg and Panday, 2020). As a matter of fact, sustainability has been praised by many as a means for tackling the negative effects of tourism and sustaining its long-term viability (Liu, 2003). Bramwell and Lane (1993) put forward a positive method to improve the complex relationship between these different actors: the tourism industry, the tourists, the host communities and the environment in order to maintain the quality of natural and human resources and long-term capacity.

The Brundtland commission report (World Commission on Environment and Development, 1987) provided the original definition of sustainable development as “development that meets the needs of the present without compromising the ability of the future generations to meet their own needs” (WCED, 1987, ch 2, sec.1, para.1). Three key objectives have been identified by Cater (1993):

- “Meeting the needs of the host population in terms of improved living standards both in the short and long term” (Cater, 1993, pp. 85-86)
- satisfying the demands of an increasing number of tourists
- and safeguarding the natural environment in order to achieve the two previous objectives.

In the remainder of this work, we have found it relevant to highlight how sustainable tourism is applied in practice. In the following section, we present the three pillars of sustainable tourism that must be taken into account to contribute to sustainable development.

2.4. Pillars of sustainable tourism

Sustainable tourism is a vast concept established on three pillars of sustainable development: economic, social and environmental (François-Lecompte et al., 2013). To be more precise, it refers to economic development, social development and environmental protection

(Niedziółka, 2014). In addition, Niedziółka (2014) indicates that the term "social development" has been replaced by the term "socio-cultural development".

Regarding the first pillar 'environmental', sustainable tourism should minimize waste generation, protect natural heritage, develop nature tourism when it corresponds to the capacity of the place, economize scarce and precious resources (such as energy and water), spread out the flow of visitors in time and space and impose constraints on tourism in sensible areas.

Concerning the second pillar 'socio-cultural', family, youth, student and senior tourism, as well as tourism for people with special needs should be supported and made easier. Social tourism and more specifically associative tourism, which makes travel, leisure and vacations more widely available, should be developed with the aid of the public authorities (UNWTO, 1999, article 7). In other words, all citizens should have the opportunity to participate in tourism (Niedziółka, 2014). Moreover, tourism activity should be planned in such a manner as to enable traditional crafts, cultural products and folklore to be maintained and to thrive rather than causing them to degenerate and get standardized. Tourism policies and activities must be carried out with respect for the cultural, artistic, archeological heritage, which they must safeguard and transmit to future generations (UNWTO, 1999, article 4).

With regard to the third pillar 'economic', tourism policies should be implemented in such a manner as to contribute to raising the standard of living of the local population and to meet their needs. In addition, the planning and design of buildings, as well as the operations of the tourism businesses should be intended to integrate them, as far as possible, into the local social and economic fabric and where the priority should be attributed to the local workforce with equal skills (UNWTO, 1999, article 5).

In the continuation of this work, we found it relevant to look at the demand side in order to have a global view of the tourist market. In the following points, we present some surveys conducted among consumers about sustainable tourism, as well as their obstacles and motivations to act more sustainably, and finally a segmentation will be established to differentiate the customer groups.

2.5. Customer's reaction to sustainable tourism, barriers, motivations and segmentation

In order to present a more comprehensive view of the tourism market, this section will take a closer look at the demand side and its evolution over the last few years regarding customers' attitudes toward sustainability.

2.5.1. Customers' reaction to sustainable tourism

A European survey conducted by the TUI Group over two years (2016 and 2017) among 3,000 people in different European countries showed that almost 10% of Belgian holidaymakers take sustainable tourism into account when planning their trip. This puts Belgium in the top 3 behind France (18%) and Germany (17%) whose travelers appear to be more sensitive to sustainable tourism. This translates by the fact that travelers choose to stay in a sustainable accommodation for example (TUI Belgium, 2017).

This survey, which also includes responses from those who have traveled with a tour operator other than TUI, has found that two thirds of travelers say they are inclined to consider the environment when organizing their journey. 84% of those surveyed thought it was essential for each person to do their part to reduce the ecological footprint of their trip. Some 68% are open to making environmental adjustments in the way they live (TUI Belgium, 2017).

By contrast, it is the opinion of two-thirds of respondents that regarding sustainable tourism it is the responsibility of tour operators more than themselves (TUI Belgium, 2017).

Another survey by Easyvoyage that questioned 2015 internet users in 2018 reported that sustainable tourism is becoming increasingly important. This is confirmed by the fact that for 66% of French people, responsible/ethical tourism is considered essential, in particular to respect the environmental and social heritage of the host destination. 67% of the people interviewed declared that they would be interested in trying a "responsible" trip. However, 14% of them would not be willing to pay more, while for 8% of them, it is only a marketing argument. Nevertheless, 27% of the people surveyed are ready to favor a professional who emphasizes ethical and human values. The ecological aspect is chosen by 50% of them, with half choosing those who preserve the ecosystem and species and the other half those who have an eco-responsible approach (TourMaG.com, 2018; De Paola, 2018).

By contrast, in the study conducted by Orchestra in August and September 2020 among 893 travelers, when asked about price, nearly 3 out of 4 tourists are willing to pay a higher price (by at least 5%) to ensure that all their travel-related emissions are offset. For example, they

could pay more for low-carbon accommodations that run on renewable energy, use energy efficient lamps and other device, harvest rainwater, recycle and offer local products (TourMaG.com, 2020).

Another finding indicates that a majority of travelers questioned (between 52% and 57%) notice once they arrived at their destination the sustainable approach undertaken by the owners of the accommodation and in response are willing to consume only local products (TourMaG.com, 2020).

A recent fact revealed by Booking.com's 2021 Sustainable Travel Report indicates that 83% of worldwide travelers believe sustainable tourism is essential with 61% stating that the pandemic has prompted them to want to travel in a more sustainable way in the years to come (Booking.com, 2021).

Therefore, sustainable tourism is gaining ground. Travelers are aware of the negative impact of their travel and are ready to consider more sustainable tourism options. Moreover, when arriving to the destination, they become sensitized to the sustainable approach implemented by an accommodation for example and adopt this concept.

2.5.2. Customers' obstacles

The lack of knowledge and **lack of infrastructure** were mentioned as obstacles for consumers to adopt a sustainable behavior. For example, for sorting waste, there are different method of recycling according to the country of origin. The lack of infrastructure also prevents customers from using public transportation or bicycles. In some rural areas, it is difficult to get around because there is no public transportation or it is not regular enough. Moreover, tourists who do not have a bicycle and whose accommodation does not provide it cannot perform this sustainable action (Khalina et al., 2017).

Cost is another barrier to the sustainable behavior of consumers. For example, they prefer supermarkets to farmers because the price is higher if they choose products from the farms. **Time** is also a constraint according to several researchers (Khalina et al, 2017; Booking.com, 2018) because for example they do not want to go to different vendors in the market to get all the food they need (Khalina et al., 2017).

Another reason for identifying **cost** as an obstacle is that travelers affirm that they would not reserve an eco-friendly accommodation in the coming year as they believe it is more expensive,

according to a study conducted by Booking.com (2016). It was also found in a previous study that the high price of an environmentally friendly hotel constitutes an obstacle. Indeed, the more expensive a sustainable trip is, the less likely tourists are to choose this option (Atout France, 2011).

Lack of information about sustainable vacations (32%) and **limited availability of sustainable options** (22%) are also obstacles according to respondents (Booking.com, 2018; Booking.com, 2021). Nearly half of the respondents still think that in 2021, there is a lack of sustainable tourism options (Booking.com, 2021). A last barrier is the luxury/comfort. For 22% of the people surveyed, sustainable vacation does not satisfy the level of luxury or comfort tourists are accustomed to (Booking.com, 2018).

2.5.3. Customers' motivations

The main driver that influences people to adopt sustainable tourism is the consideration for the environment. 40% of people want to do their part to **reduce their impact on the environment**. Another motivation is that they opt for sustainable tourism to **feel good in their choice of accommodation** (Booking.com, 2018).

Along with this general concern, sustainable tourism comes with various little actions, and some of these are taken by people as motivational elements to "consume" more sustainable tourism. One example is the act of **eating locally**. 90% of respondents said they were interested or very interested in a restaurant that offers only seasonal or local products. The second incentive is **the discovery of a protected nature**. 84% percent of people interrogated are interested or very interested in nature-based activities including learning about fauna and flora. A third motivation is the **no pollution, no stress, car free**. 84% of respondents say they are interested or very interested in a destination that does not require a car and proposes bicycles (Atout France, 2011).

Other motivations are related to more collective benefits. An activity committed to **redistributing their economic benefits to the local communities** is of interest to 86% of respondents (Atout France, 2011).

2.5.4. Customers' segmentation

A segmentation study performed by López-Sánchez and Pulido-Fernández (2016) allowed to identify three distinct groups of travelers: "reflective", "unconcerned" and "pro-sustainable"

tourists. This was based on the “sustainable intelligence” of travelers defined as "the ability of tourists to apply their experience and knowledge regarding the effects of tourism on the environment in which it is practiced, developing proactive behavior towards sustainable tourism, both from a consumption and production perspective" (p. 61).

Segment 1: reflective travelers

These are tourists who are aware of what a shift towards sustainability of the tourist offering would imply for a destination and who show attitudes and behaviors in favor of sustainability. Nevertheless, they are not ready to spend more on a sustainable tourism offer (López-Sánchez and Pulido-Fernández, 2016).

This was found in the study to be the largest segment.

Segment 2: unconcerned travelers

These are tourists who have little knowledge of the concept of sustainable tourism or an acceptable level of awareness. Despite this, they have very negative attitudes and behaviors towards sustainability (López-Sánchez and Pulido-Fernández, 2016).

This was found in the study to be the smallest segment.

Segment 3: pro-sustainable travelers

These are tourists who have a general or very good knowledge of the significance of sustainable tourism. In addition, they are aware of the consequences that their tourist activity can produce in the place where they spend their vacations. An important factor that differentiates this segment from the other two is that pro-sustainable travelers are inclined to spend on a more sustainable tourist destination and even pay more for it (López-Sánchez and Pulido-Fernández, 2016).

To conclude the section on customers, the survey confirms that travelers are increasingly taking sustainability into account in their daily actions while also claiming that the responsibility can be enlarged to all tourism businesses offering their services. Among the reasons behind the willingness to “consume” more sustainable tourism, some are for personal benefits such as discovering local food, nature and using alternative means of transportation, and some are for collective benefits such as the environment and the redistribution to the local communities.

In the remainder of this work, we found it relevant to look at the motivations and obstacles identified in previous research in order to compare them with the results of our empirical

research. In the following points, we present the motivations and obstacles of tourism enterprises to develop sustainable tourism.

2.6. Motivations of companies to develop sustainable tourism

There are many factors that can determine whether or not companies choose to adopt a more sustainable development strategy. These are expected to vary greatly depending on objective criteria such as the type of company and/or on more personal considerations driving the business owner's vision. Researchers have highlighted some motivations through various studies, including interviews with industry professionals.

2.6.1. Lifestyle

Respondents in a study conducted by Bressan and Pedrini (2020) stated that the way they conceived their activity was a reflection of their personal interest, values, and life choices. Indeed, the motivation that is most prevalent in scientific research is the lifestyle for small tourism businesses and entrepreneurs (Ateljevic and Doorne, 2000; Dewhurst and Thomas, 2003; Tzschentke et al., 2004; Carlsen et al., 2008; Thomas et al., 2011; Jaouen and Lasch, 2015; Font et al., 2016; Wang et al., 2019 ; Cunha et al., 2020). Most micro-hotel owners are also motivated by their lifestyle (Lashley and Rowson 2010).

2.6.2. Costs savings

The second motivation that is predominant in scientific research is the cost savings for companies (Hendry, 1992; Hillary, 1995; Carter et al., 1995; Patton and Baron, 1995; Holland and Gibbon, 1995; Bramwell and Alletorp, 2001; Vernon et al., 2003; Ayuso, 2006; Font et al., 2016). These savings are made possible by the reduction of energy, electricity and water costs in the long term. For example, installing solar panels reduces the costs of energy, reducing water flow of showers and facets, as well as harvesting rainwater reduce the costs of water. Another example is replacing all lamps with low-energy bulbs, which reduces the costs of electricity.

A concrete example that can be taken is the Samba Hotel, which stated in its 1999 environmental report that it had achieved significant savings in one year in electricity consumption (16%), water consumption (16%), and natural gas consumption for hot water (8.6%) (Ayuso, 2007).

2.6.3. Competitive advantage

Numerous researches have disclosed competitive advantage as a reason for implementing sustainable practices in tourism companies (Middleton and Hawkins, 1993; Forsyth, 1995; Stabler and Goodall, 1997, Ayuso, 2006; Kim et al., 2019). This is because the environmental strategy can be seen as a strategy intended to obtain financing and/or benefits, reduce costs, improve company performance or avoid sanctions (Ayuso, 2006). In addition, it can also have a competitive advantage regarding their customers. Indeed, a 2015 Abta study states that nearly one-third of consumers (29%) would be inclined to select one enterprise over another depending on its environmental performance (Weber, 2019).

2.6.4. Growing customer awareness of environmental concerns

Growing customer awareness of environmental concerns was found in a research conducted by Kim et al. (2019) as the primary reason for adopting sustainable actions. Indeed, the fact that more and more people are concerned about the environment leads companies to want to engage in sustainable tourism.

The Travel Trend Report from Trekksoft (2016) predicted that future travelers will be increasingly concerned in the environmental, social and economic impacts they have on the places they visit.

2.6.5. Marketing advantage or enhanced image

The obtention of a marketing advantage or an enhanced image constituted a motivation for tourism companies to adopt sustainable tourism actions (Bramwell and Alletorp, 2001; Hultman and Säwe, 2016). A commitment to sustainable tourism allows businesses to communicate widely about their sustainable actions and to market themselves more positively, which gives them an advantage over their competitors. It can also improve their image because they are perceived as an enterprise that cares about the planet, local communities, the environment, etc.

2.6.6. Ethical stance of the company

The ethical stance of tourism businesses constitutes a motivation for adopting sustainable tourism (Bramwell and Alletorp, 2001) as it is believed to be the right to do and want to act for the good cause. Therefore, sustainability lies in their principles and rules when doing business.

2.6.7. Under pressure from regulations

According to a study by Kim et al. (2019), the most influential group that motivate enterprises to take on sustainable tourism practices is regulations (regional, national or international). This means that regulations recognize the negative impacts of tourism on the environment and want to establish rules or standards for tourism businesses to limit their undesirable effects and to evoke a transition towards sustainability.

A conclusion from studies on the motivations of companies to adopt sustainable tourism can be found in Appendix 1.

In conclusion, the main motivation for companies to develop sustainable tourism is lifestyle, the opportunity of cost savings, but other ones play a role in pushing toward a transition, such as the possibility of improving the company's image and the alleviation of pressure coming from growing customer's awareness of environmental concerns and evolving regulations.

2.7. Obstacles for companies to develop sustainable tourism

The decision to implement sustainable practices poses many challenges for tourism-related businesses because it requires a long series of changes. We have identified two main categories under which arguments against the commitment to sustainable development fall: lack of resources and lack of information.

2.7.1. Obstacles related to resources: money, time, effort, infrastructure

High investment costs involved

Analyzing the research and the presented outcomes by many authors (Barrow and Burnett, 1990; Hendry, 1992; Patton and Barron, 1995; Holland and Gibbon, 1997; Rowe and Enticott, 1998; Bramwell and Alletorp, 2001; Halme and Fadeeva, 2001; Schaper and Carlsen, 2004; Ayuso, 2006; Tzschentke et al., 2008; van Haastert and de Grosbois, 2010; Fotiadis et al., 2013; Midget et al., 2020), high investment costs were noted as the main obstacle for the adoption of sustainable tourism actions. Indeed, some innovations (such as solar panels) are necessary in order to make environmental improvements, but they are expensive. Moreover, there is not subsidies from the states to perform sustainable practices for enterprises. Small businesses do not have necessarily the budget to make these investments.

Moreover, high investment costs can constitute a barrier if enterprises give too much importance to the economic dimension and do not perceive the long-term effects that counterbalance the higher initial cost of sustainable choices (Schaper and Carlsen, 2004; Tzschentke et al., 2008; van Haastert and de Grosbois, 2010; Fotiadis et al., 2013).

Time and effort

There are some obstacles related to problems of carrying out environmental management operations, particularly time (Halme and Fadeeva, 2001; Vernon et al., 2003) and effort (Vernon et al., 2003), which are seen by people as always limited. Indeed, the daily management of a tourism business takes already a lot of time. Moreover, implementing sustainable actions is not a priority as such and it will not make profit on the short term. Managers tend to consider short-term goals rather than long term goals because they are more pressing to be done than long-term objectives. Therefore, sustainability is seen as a “plus”, something that can be carried out if managers have finished all their more pressing tasks and is not a priority.

Lack of continuous economic viability

The lack of continuous economic viability remains another concern (Vernon et al., 2003). It can be difficult to step into the unknown without knowing if it is the right decision, especially if there is a lot of money involved in making the project happen. This is true for small businesses because they have fewer resources than large companies and more things stack up against small businesses. By contrast, large enterprises have the funds, the knowledge, the contacts, and they are more likely to think that it is possible to implement sustainability. Therefore, it is difficult for a small company to be convinced that it will succeed in implementing sustainability and that it is doing the right thing. Questions and uncertainty are present in the minds of managers of small-sized enterprises. To some extent, these obstacles are related to the poor level of environmental awareness that most companies demonstrate.

Infrastructure

Indirect barriers to action were emphasized which include infrastructure obstacles such as a poor waste management and recycling facilities, a lack of bicycle paths, an underdeveloped public transport network, and economic barriers such as the lack of subsidies (Vernon et al., 2003). Indeed, a business that would like to better manage its waste but cannot do so because

of a lack of infrastructure is an obstacle to its sustainable development. In addition, a company that wants to promote an alternative means of transportation to the car, such as public transportation or bicycles may face a problem if the establishment does not have a bus stop nearby or bicycle paths. In terms of the economic barrier, every business, regardless of its size or capital, must be able to make sustainable improvements if they want to. The lack of subsidies does not allow all businesses to adopt sustainable tourism, because they know that it requires investments and money.

2.7.2. Obstacles related to lack of information and lack of demand

A first barrier is the *lack of knowledge or expertise* concerning the implementation of sustainable management tools and strategies (Barrow and Burnett, 1990; Hendry, 1992; Patton and Barron, 1995; Holland and Gibbon, 1997; Rowe and Enticott, 1998; Bramwell and Alletorp, 2001; Halme and Fadeeva, 2001; Vernon et al., 2003; Chan, 2011; Midgett et al., 2020). Access to specialized assistance, especially guidance from an independent advisor was recognized to be the most useful by tourism companies when adopting sustainable practices according to a research conducted by Bramwell and Alletorp (2001). As previous studies have shown (Horobin and Long, 1996; Stabler and Goodall, 1997; Vernon et al., 2003; Midgett et al., 2020), managers of hotels have a fragmented and sometimes contradictory comprehension of the notions of sustainable development, sustainable tourism and its three pillars environmental, social and economic.

A second barrier is *the poor understanding of the concept of sustainable tourism* which was proved by a previous study on small companies in the UK, but if they receive viable solutions and practical advice, they are inclined to do it (Berry and Ladkin, 1997).

A third barrier is the *lack of consumer demand* which was found by many authors ((Tzschentke et al., 2008; Dodds and Holmes, 2011; Waligo et al., 2013; Halme and Korpela, 2014; Sucheran, 2015). Although respondents are willing to educate themselves on “green practices”, the reason for not implementing sustainability is that they perceive a lack of interest among customers (Tzschentke et al., 2008). Moreover, the owners of accommodation believe that switching to sustainable practices would reduce the quality of the customer's stay (Dodds and Holmes, 2011). These owners would need real proof that guests actually choose sustainable accommodation over traditional accommodation in order to lift that barrier (Dodds and Holmes, 2011). As a result, the lack of consumer demand leads managers to place a low priority on environmental management of their hotels (Sucheran, 2015).

Environmental management actions were viewed to be ‘time-consuming’, ‘messy’ and ‘complicated’ intensified by ‘limited business resources’ and the absence of appropriate support system (Vernon et al., 2003). Time is an important barrier as managers are already occupied with day-to-day tasks and therefore do not have time to implement sustainable actions (Khatter et al., 2021).

A conclusion from studies on obstacles for companies to develop sustainable tourism can be found in Appendix 2.

To conclude, the two main obstacles for tourism companies to sustainable tourism development are high investment costs and lack of knowledge or expertise in the field. Therefore, the help of an external party or the authorities can be a good solution to some of these obstacles. On the one hand, the help of an external person who act as an advisor and guides the managers throughout the project. On the other hand, the authorities to provide subsidies or other financial aid.

In the remainder of this work, it seemed relevant to examine some of the sustainable tools identified in the literature in order to show the potential instruments that could be used to integrate the environmental aspect of sustainable development into the management of tourism businesses. In the following points, we present five sustainable tools.

2.8. Sustainable tools to implement

Growing awareness of the general public about environmental issues has created the need for information, offering in this case the possibility to discriminate between environmental-friendly tourism businesses and traditional ones. Formal tools such as the ones described can also serve as guidelines supporting companies transitioning.

At the international level, the most frequent formal environmental instruments used by the hospitality industry are environmental best practices, codes of conduct, eco-labels, environmental performance indicators and environmental management systems (EMS).

Environmental best practices aim to take action (such as energy savings, waste management, water savings) to improve the company’s environmental performance. **Codes of conduct** have as an objective to demonstrate the company’s commitment to the basic principles of environmental (and sustainable) corporate performance. For example, there is Agenda 21 for

the Travel and Tourism industry which provides practical measures that private tourism business and governments can take to achieve the objectives of the Rio Earth Summit and improve the sustainability of the tourism sector and the whole planet (WTO, 1997). **Eco-labels** guarantee the environmental achievements of the business regarding certain areas and provide the consumer with the corresponding information. Examples of eco-labels are the European Eco-Label, Green Globe 21, Green Key, ... The aim of implementing **environmental performance indicators** is to evaluate and disclose the company's environmental performance. These indicators can be waste generation by type, total energy consumption and the total water use. A last sustainable tool to implement is **environmental management systems (EMS)** which aim to manage the company's environmental performance and continuously improve it following a well-prepared strategy. A very popular environmental management system is the international standard ISO 14001 or the European regulation EMAS. (Ayuso, 2006)

In an effort to reduce environmental destruction and engage environmentally conscious consumers, many enterprises are pursuing environmental certification (Lee et al., 2017). Environmental certification programs seek to promote the environmental engagement of enterprises and to differentiate between businesses that are truly environmentally friendly and those that are "green-washed" (Daddi et al., 2019). Following the definition given by TerraChoice (2007, p.1), "Greenwashing" means "the act of misleading consumers regarding the environmental practices of a company or the environmental benefits of a product or service". Suárez-Cebador et al. (2018) emphasized that a number of companies in the hotel industry are recognizing their environmental responsibility and demonstrate it by undertaking eco-friendly initiatives on a voluntary basis. For instance, by taking part in environmental certification programs (Lee et al., 2017). As Esparon et al. (2014) stated, consumers are also receiving benefits from this system for the reason that it acts as an assurance of trust and quality. In the case where hotel businesses are adopting a third-party environmental certification system, they gain access to the expertise of the awarding institution not to mention customized information concerning the carrying out of environmental practices (Martinez et al., 2019). As Takahashi and Nakamura (2010) noted, certification organizations set predetermined standards and objectives and assess the level of achievements of audited companies.

Although all these tools to implement sustainability are described above for companies, it can only be effective with the participation of all stakeholders. Indeed, as stated in an earlier

section, the participation of all relevant stakeholders is a requisite for sustainable tourism development (Pigram and Wahab, 1997). Bramwell and Lane (2000) added the need to plan effectively and implement collaboration and partnerships among these various stakeholders. The stakeholders for sustainable tourism in Walloon Brabant are:

- the tourist, in its choice of consumption and place (de Beer & De Myttenaere, 2016). A visitor (domestic, inbound or outbound) is categorized as a tourist (or overnight visitor) if his/her travel involve an overnight stay, or as a same-day visitor (or excursionist) in case the travel does not involve an overnight stay, as outlined in International Recommendations for Tourism Statistics (2008, 2.13).
- the private actor (the attraction manager, the hotelier, the restaurant owner,...) in his products or services offering, by ensuring that he maintains an adequate environmental heritage and by allowing the growth of the social capital of the tourist and the environmental and social capital of their region, while being economically viable (de Beer & De Myttenaere, 2016)
- the public actor (the tourism offices, the CGT, ...) by structuring, regulating and federating the tourist offer by making efforts to emphasize the preservation of the environmental heritage, and to increase the environmental and social capital, as well as the tourist as the private actor and the population (de Beer & De Myttenaere, 2016).

To conclude, many international and local sustainability tools exist and are designing a formal path to sustainability for companies desiring to take the leap. However, the support of all stakeholders is needed for an effective far-reaching change.

2.9. Role of ecolabels

It has been noted that ecolabels are sustainable tools that tourism companies can implement. This part focuses exclusively on this sustainable tool and its role. This will provide a better understanding of ecolabels, which is necessary for the next part of the thesis since several sustainable labels will be described.

Ecolabels emerged in the 1980s but increased quickly over the past twenty years (Buckley, 2002; Font, 2002; Plüss et al., 2012). The objective of ecolabels is to accredit the environmental-friendly practices and/or products of an enterprise (Duglio et al., 2017). Middleton and Hawkins (1998, p.240) claims that the tourism industry makes use of ecolabels as “logos or brands” to convey information about the environmental credentials of a company,

in the hope that the public will have favorable attitude towards their services. In the marketplace, this type of strategy can help companies differentiate themselves from their competitors. The adoption of ecolabels (e.g., Green Globe, Blue Flag, Green suitcase, etc.) delivered by esteemed certification program are generally aimed at limiting the negative environmental impacts of tourism on the natural resources of the destination by supporting tourism businesses to achieve high environmental standards (UNEP, 1998), educate travelers about the consequences of their decisions and behavior related to tourism, thereby encouraging them to favor environmentally friendly tourism businesses in their purchasing decision (UNEP, 1998), and set standards for eco-friendly tourism goods and services (Mihalic, 2000).

By being certified, tourist businesses receive many benefits. Tourists and society as a whole are also benefiting from it. The advantages of ecolabels in the accommodation industry can be summarized as follows: a signal for tourists regarding the attributes of the product, an improvement of the image of the enterprise, an improvement of the quality of the tourist product, an increase of the competitiveness of the product and the enterprise (Dabeva, 2013). In this manner, ecolabels help to reduce some of the negative consequences of tourism (Sasidharan et al., 2002). In addition, Buckley (2002) stresses that the ecolabel turns into one of many features a consumer may consider, based on his personal preferences and priorities when weighting prices and characteristics for alternatives to tourism products. On the other side, associations are made, when considering ecolabels, with costs not only to be certified, but also to comply with the ecolabel's requirements.

To resume, ecolabels can play an essential role in pushing tourism enterprises to do better in their environmental actions, make the identification of eco-friendly option easier for tourists to choose them, and reassuring tourists about the ethics of businesses and the quality of companies' sustainable actions as eco-labelling program are known to be very exigent.

Conclusion of the theoretical part

Sustainable tourism has been defined earlier as “tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities” (UNEP and UNWTO, 2005, p.11-12). Sustainable tourism is not a new form of tourism, but englobes all types of tourism, which integrates the three pillars of sustainable development to the tourism sector.

What is also important to remember from the literature review is the three pillars of sustainable tourism, namely environmental, social and economic. Tourism enterprises can be categorized fully sustainable if they implement all three aspects in their operations. **The environmental dimension** is covered by the implementation of practices to reduce waste, water consumption, energy consumption, the promotion of sustainable transport such as public transport, bicycles or walking, as well as the preservation of biodiversity. **The social dimension** includes respect for employees, and local communities as well as accessibility for all (children, adults, senior and people with reduced mobility). **The economic dimension** comprises responsible sourcing and ensuring viable long-term economic activity by providing employment and fair socio-economic benefits for the local community.

Therefore, a question that can be raised is: What are the attitudes of tourism companies in Belgium and more particularly in Walloon Brabant towards the adoption of sustainable tourism practices? We expect tourism companies in this province to have more knowledge about sustainable tourism on the basis that it is the only province that puts in place a contest called 'Incidence Trophy', which rewards all types of companies for their sustainable innovation. Moreover, an opportunity has been found to fill a current gap in the academic literature, given that there has been no research on this topic targeted at this geographical area. Thus, the second part of this thesis seeks to understand the motivations behind the adoption of sustainable tourism by tourist enterprises in Walloon Brabant and the possible obstacles encountered when developing sustainably or preventing them from transitioning. Attractions and accommodations, which constitute a large part of the holiday experience, will be our main area of focus.

Part II: EMPIRICAL RESEARCH

Chapter 3. Tourism in Walloon Brabant

This first chapter of the empirical part covers tourism in the province of Walloon Brabant. First, some statistics are reviewed in order to illustrate the tourism offer and frequentation in Walloon Brabant. Secondly, labels regarding sustainable tourism put in place by the public authorities are identified. Thirdly, the stakeholders and tourism instances of tourism in Wallonia and Walloon Brabant are pointed out.

3.1. Some statistics

In order to understand the research focus of this paper, it is first necessary to provide the context for Walloon Brabant.

The offer

In the province of Walloon Brabant, the tourist offer for accommodations includes 107 recognized merchant lodgings and 95 unrecognized market accommodations. Of the recognized merchant lodgings, 88% are local accommodations (gites, bed and breakfast, furnished accommodation), 11% are hotels and 1% are vacation villages and social tourism centers. The municipality that has the larger number of beds is Wavre. Present in the top 5 beds per municipality, Ottignies-Louvain-La-Neuve comes second, Waterloo third, Nivelles fourth and La Hulpe fifth (OwT, 2019 in CGT, 2020-b).

In Walloon Brabant, there are nineteen attractions or 6% of the total attractions in Wallonia. Eleven museums and two houses and historical monuments make up the thirteen attractions in the cultural pole, one attraction belong to the natural pole and five to the recreational pole (which include one water park and four recreation centers and parks). Wavre is the municipality that have the most attractions, followed by Ottignies-Louvain-La-Neuve, Nivelles, Héléécine and Waterloo. (OwT, 2020 in CGT, 2020-b)

The frequentation

In 2019, the Walloon Brabant registered 507.424 nights or 6% of the total nights counted for the Walloon Region. There was a 4% growth rate compared to 2018. The total arrival of tourists in the province in 2019 was 309.049 tourists. The average length of stay was about two nights. Comparing to the four other provinces in the Walloon Region, it is Luxembourg that was the

most frequented commune in terms of overnight stays with a share of 33% of the total nights in the region. After that, there were Liège (30%), Namur (16%), Hainaut (15%) and finally Walloon Brabant (6%) (Statbel, 2020). Among the number of overnight stays in Walloon Brabant, 269.078 nights were spent by foreign travelers (53%) and 238.346 nights were spent by Belgian travelers (47%). Concerning the top 5 overnight stays (in recognized accommodations) by municipality, the champion in bookings is Waterloo, then comes Wavre in second, La Hulpe in third, Nivelles in fourth and Rixensart in fifth (IWEPS, 2019). In addition, the purposes of the overnight tourist trips in Walloon Brabant are for leisure at 55.4% and for business at 44.6% on the basis of the recognized arrival of tourists in accommodations.

Almost half of the hotel guests are Belgian (49.4%). The hotel clientele also has other origins such as French (14.4%), Dutch (4.2%), English (3.8%) and German (3.2%). Tourists choose to stay in hotels when the purpose of their trips is for leisure (54.4%) or for business (45.6%). Regarding the local accommodations, 57.9% of the clientele is Belgian. The other tourists going for this type of accommodation are coming from the Netherlands (21.6%), France (9.8%), Germany (3.9%) and England (1.2%).

A big difference between hotels and local accommodation concerns the purpose of travel. 90.7% of tourists staying in local accommodations come for leisure purposes and only 9.3% come for business reasons (Direction générale Statistique du SPF Economie 2019 in CGT, 2020-b).

In 2019, attractions belonging to the cultural pole welcomed 381.783 visitors and attractions in the recreational pole received 2.060.180 visitors. The latter means that Walloon Brabant welcomed 44% of the total visitors of Wallonia for the recreational pole. The countries of origin of the total visitors coming to Walloon Brabant are Belgium (79.3%), then France (12%), the Netherlands (1.4%), UK (0.9%) and Germany (0.9%) or another country. The ranking of the top 5 visitors by municipality is Wavre in the first place, then Hélécinne in second place, Ottignies-Louvain-La-Neuve, Braine-L'Alleud and finally Villers-La-Ville. (OwT, 2020 in CGT, 2020-b)

To conclude this section, tourism in Walloon Brabant is mainly domestic, since almost half of the hotel clientele is Belgian, and Belgians represent 79.3% of the total visitors. Moreover, business trips seem to be very frequent, as 45.6% of tourists spending the night in a hotel come to Walloon Brabant for business reasons.

3.2. The structure of tourism

In Belgium, tourism is under the authority of the regions. Thus, in the Walloon Region, it is the Minister for Public Service, Tourism, Heritage and Road Safety who is responsible for tourism in Wallonia (OECD, 2020). The minister of tourism decides on the Walloon tourism policy which is then implemented by the Walloon Tourism Administration (CGT). Along with this responsibility, the CGT has numerous missions that tends towards the development of quality tourism. It strengthens the professionalization of the sector by its tasks of guidance, labeling, recognition of the tourism sector as an economic sector and financial support (Wallonie tourisme CGT).

Another body supports the tourism sector which is Wallonia Tourism Engineering Centre (CITW). It is a joint economic and tourism research center aiming at developing tourism policy and coordinating research studies (OECD, 2020).

There is finally a third supporting body of the tourism sector which is Wallonia-Belgium Tourism (WBT). It has as mission to promote Wallonia as a destination in Belgium and internationally. More precisely, it is a non-profit organization composed of about 60 people. It produces brochures, makes the promotion of the tourist offer, takes part in exhibitions and fairs, etc. It is also in charge of constructing leisure and business tourism products. The ASBL has a public-private partnership structure and operates thanks to the financial contribution of its members. The members of this institution are mainly associations, SMEs and very small companies which represent the different sectors of the tourism industry (accommodations, attractions, museum, transporters, activities related to business tourism, professional associations, ...). 314 providers/members of WBT, were counted as of December 31, 2019. (WBT)

To resume, as shown in Figure 2, there are 3 main tourism bodies (WBT and CGT which are connected to the Minister for Public Service, Tourism, Heritage, and Road Safety, and finally CITW).

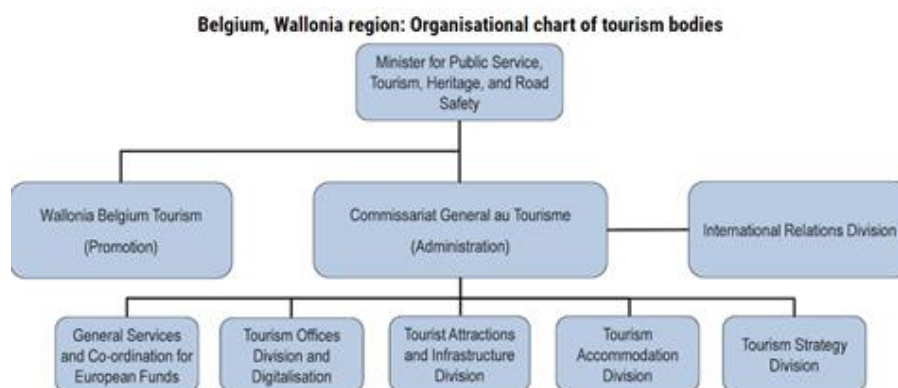


Figure 2: Organizational chart of tourism bodies in Wallonia (OECD, adapted from the CGT, 2020, p.137)

Regarding the financing of tourism, the budget allocated to tourism for 2019 amounted to 58.8 million euros excluding the financing of projects co-financed by the European Union (OECD, 2020). It grants subsidies to tourist accommodations for modernization and fire safety, to tourist attractions for the improvement or development of the infrastructure and the equipment, to tourism organizations, for the realization of large-scale equipment in the forest areas, ... In 2019, the biggest share of the budget (21%) were dedicated to the realization of large structuring facilities for Walloon tourism. Following that, 18% of the budget of the CGT or EUR 11.920.771 have been allocated to the non-profit organization Wallonia Belgium Tourism (WBT) for the promotion of tourism and the functioning.

3.3. What about sustainable tourism in Walloon Brabant

It has been now thirty-four years since sustainable development was defined and introduced in the Brundtland Commission report. What is the current situation regarding sustainable tourism in this province? What actions or practices have been put in place in Walloon Brabant? This section notes all that the Commissariat général au Tourisme have developed in terms of sustainable development in the tourism industry and gives an update.

3.3.1. Pillar: Environment

The “Green key” label

When searching for sustainable tourism practices in Walloon Brabant, it has become clear that the reference for sustainable tourism in Belgium is the Green Key label. It has as objective to encourage sustainable development in the tourism sector. In addition, it promotes tourism enterprises that strive to reduce their environmental and societal impacts.

The label was initiated in Denmark in 1994 by a Danish NGO (the Danish Outdoor Council) and the Danish Hotel and Restaurant Association (HORESTA). Four years later, in 1998, the Foundation for Environmental Education France launched a program based on the Danish Green Key program which is named Clef Verte. Around 2002-2003, Green Key was officially approved as an international program of the Foundation for Environmental Education (FEE) which took over the management of the label. This international label is present in 5 continents, 65 countries and distinguish more than 3.200 tourist facilities (FEE Global, 2019; IEW, 2021). It is a means for managers of tourist accommodations, conference centers and attractions to be valorized and rewarded with the label Green Key for their approach and performance in terms of respect for the environment. In Wallonia, it is since 2010 that this label was implemented by the Federation Inter-Environment Wallonia (IEW) which ensures the application of the labeling process.

To obtain the label, candidates must meet a series of requirements such as the use of renewable energy, the monitoring of water and energy consumption, more sustainable mobility and food, biodiversity preservation, environmentally friendly cleaning products and consumables, waste sorting, careful water management, etc. This can be done by adopting alternatives rather than radical changes such as the use of ecological light bulbs, shower heads equipped with a new technology to limit the flow of water, the promotion of local products, dry toilets next to normal toilets, etc. (Edenred Belgium, 2018). Moreover, applicants commit to promote eco-actions and natural activities to their customers.

Today, hotels, bed and breakfast, youth hostels, guesthouses, campgrounds, vacation centers, attractions, conference centers and event venues, and restaurants can apply to be certified Green Key. However, Green Key does not certify restaurants in Walloon Brabant or in Wallonia. It is only in Flanders that restaurants can be labeled Green Key. Anyone who visits or stays at a Green Key establishment can be assured that that planet will benefit without compromising their comfort or paying a higher price (IEW; GoodPlanet Belgium, 2021). This applies to the 65 countries where the label is present.

The Green Key label is awarded every year following a strict procedure that includes an independent on-site inspection and evaluation by an independent jury. This process is performed on a global level. In order to adapt the best way possible to environmental requirements, the criteria are reevaluated every four years (IEW, 2018). Furthermore, the criteria are established internationally. There are a series of mandatory criteria which

candidates must comply with in order to obtain the Green Key Label and there are optional criteria for which candidates must obtain 30% of the possible points. They must demonstrate year-on-year improvement and show new environmental performance to keep the label (IEW, 2020; Rédaction Paris Match Belgique, 2020).

The label was timidly introduced in Wallonia in 2010, but it was in 2015 that the promotion of the label was amplified due to the support of this dynamic by the Minister René Collin for the first time via a subvention which, beside the intensification of the Green Key label promotion, ensures an adequate accompaniment of the applicants taken in charge by the federation Inter-Environnement Wallonie ASBL (IEW). The intervention of Wallonia also proves to be essential in order to allow all structures, even the smallest ones, to have access to this label. Indeed, it allows a significant reduction in the cost to be borne by the operator, in particular by adapting the membership fee to the size of the structures and by taking into consideration the cost arising from the field controls. (IEW, 2018) Applicants must pay each year the annual Green Key fee starting from the moment they submit their application or request to renew their certification. These charges (excluding VAT) include all the costs of processing the file, auditing and control and the “Green Key” wall plaque to be affixed at the reception or entrance of labelled facilities. The fees are modulated depending on the type of the applicant company and its size, as well as ‘seniority’ regarding the label. For instance, a bed and breakfast or a gite with a capacity of less than ten people will pay EUR 80 the two first years since on-site control will be performed and then each three years (thus in year 1, 2, 5, 8, etc.). The years where on-site visit is not performed (thus in year 3, 4, 6, 7, etc.), the candidate’s fee is reduced by two-thirds of the amount of the initial membership fees which, to get back at our example, the bed and breakfast will pay only EUR 30. In the case of a big hotel with a large capacity of 51 to 100 bedrooms, the fees will be elevated to EUR 550 for the two first years and then the third year it will be amounted to EUR 185. (Green Key; IEW)

There are a few advantages for tourism companies to join the Green Key program. First, it is a way of answering to the growing consumer expectations that they work with sustainability in an active manner. Second, it supports tourism businesses in working in a structured approach to sustainability. Third, it contributes to cost reduction in tourism enterprises by reducing water and energy consumption for example. Fourth, this allows for recognition by an independent non-profit organization of the work done on sustainability in tourism companies (FEE Global, 2019). A last advantage of obtaining this label is that Green Key unites and supports managers or owners who want to achieve a more sustainable management and exchange about their

experiences within the Green Key network. It also keeps them up to date on new sustainable practices in the tourism and recreation sectors (IEW; GoodPlanet Belgium, 2021).

The primary goal of the initiative is ecology. However, since 2016, the label has been given an additional responsibility which is social responsibility. This has become the other priority for the label. For example, the label guarantees that the enterprises certified Green Key apply gender equality and respect the fundamental human rights, the legislation regarding heritage preservation, working conditions and land use. This label is therefore respectful of the planet, but also of its inhabitants (Spaey, 2018). Sasidharan et al. (2002) point out the significant expense of environmental-friendly technologies, which is beyond the reach of small firms, thus only large firms can afford such labelling. It has been noted earlier that the Green Key label adapts the price/the membership fees according to the size of the company, thus it is not an issue in this case for small enterprises to afford this label.

To this day, nine tourism businesses are labeled Green Key in Walloon Brabant (one hotel, three attractions, three local accommodations and two meeting and event venues) (IEW, 2021). This number can increase as sustainability is becoming more and more important. In addition, tourism and recreation are very dependent on the environment which is why it is essential to do everything possible to preserve this environment. For example, a tree-climbing park must protect and take care of the trees because all activities are done in the trees. If they do not preserve the environment, they will not be able to continue their activity. This is also true for parks and domains that must preserve biodiversity, protect the environment, have a good waste management otherwise tourists will not be able to enjoy nature if it is not well preserved.

Only 16% of total attractions present in Walloon Brabant and only 4% of total recognized accommodations are taking part in this sustainable tourism program (OwT, 2020 in CGT, 2020-b; IEW, 2021).

The “Bienvenue vélo” label

Another label in line with sustainable tourism is the “Bienvenue vélo” label project which has been initiated in 2011 and is coordinated by the Commissariat général au Tourisme of Walloon Region in order to respond to the needs and expectations of tourists by bike.

The enterprises labelled “Bienvenue Vélo” have services and facilities tailored to the needs of cyclists. The label meets the specific expectations and the specific needs of tourists on bicycles in Wallonia and is an element that is essential to the development of bicycle tourism. This label

is relevant because it is part of a sustainable approach and promotes bicycle tourism which represents a profound evolution of tourism practices towards more attention to the environment and well-being.

In 2021, 648 tourism companies are labelled “Bienvenue Vélo” (WBT, 2021-b). It can be tourist organizations, accommodations (hotels, bed and breakfast, youth hostels, camping...), establishments of the hotel and catering sector (restaurants, local pubs, taverns...), tourist attractions and museums, producers and craftsmen.

To be eligible, the enterprise must be recognized by the CGT and be located within 5 km of a bicycle network (RAVel or autonomous network of slow lanes, node network of trails for cyclist, mountain bike trail...). The Walloon Region is developing the node network of trails for cyclists. It consists of a system of beacons that indicate the number of the intersection and which direction to take to the next numbered intersection. Thanks to this system, the cyclist can compose its journey in complete freedom and according to his abilities. In 2019, Wallonia had 5.593 km of networks. Another criterion for companies to be eligible concerns the equipment. They must have a safe and covered shelter or bicycle parking spaces, as well as first care kit, repair kit and cleaning material for bicycles. The last criteria consider the services. The establishment must provide tourist information, bicycle route maps, repairers and rental, network “Bienvenue Vélo”, etc. not to mention supply of drinking water. (General Commissioner for Tourism)

There are several benefits for tourist businesses to join the “Bienvenue Vélo” label. First, being labelled “Bienvenue Vélo” demonstrates professionalism to the eye of the public by adjusting the reception to the specific needs of people coming by bike. Secondly, it is a means to respond to the current trends and take part in a sustainable tourism approach. Thirdly, it allows to be involved in a federating project to make Wallonia a destination of excellence for bicycle tourism. Fourthly, it enables to increase the visibility of the tourist site and lastly to integrate a network. (Villance, 2020)

Currently, 21% of the total accommodations recognized in Walloon Brabant and 37% of the total number of attractions in this province have this label (CGT, 2021).

Putting the accent on cycling tourism can be a smart move as data on the economic impact of bicycle tourism that come from several European countries or regions seem to indicate that this form of tourism is appealing when it comes to investments made and the revenues for the

destination. It can have economic benefits (IEW, 2018) and it profits the hotel, restaurant and catering sector (Van Zeebroeck et al., 2014).

In fact, the repercussions for this sector in Wallonia are already significant with 100.000 overnight stays and 113 jobs approximately for the whole sector. Van Zeebroeck et al. (2014) declared that, by 2030, with a proactive policy to develop the tourism offer, on the basis that the Walloon territory will be covered at 50% by a node networks for cyclists and long-distance itineraries, cycling tourism will produce five time more overnight stays and create 512 new jobs.

Furthermore, cycle tourism benefits locations that are not very popular by more traditional, classical tourists (IEW,2018). As Simpson et al. (2008) declared, it is crucial to develop low carbon and environmentally friendly products in the spirit of sustainable tourism to stimulate existing and new markets to turn away from the most resource-intensive and polluting forms of tourism.

As it can be seen, the CGT has put in place “Bienvenue Vélo” and “Green Key” labels which promote a more sustainable and environmental-friendly tourism.

3.3.2. Pillar: Social

Regarding the second pillar of sustainable tourism which is social, the CGT has been implementing an action plan in support of accessible to all, inclusive and sustainable tourism for several years now. It is being carried out along two lines: accessibility to tourism for people in precarious situations and for people with special needs. There is a non-profit organization called Access-I, which the CGT gives a financial support to, that brings together accessibility professionals in Wallonia in an effort to develop a tourism offer accessible to people with disabilities. Establishments can obtain this label. Access-I has also an online platform of information that users can leverage to plan their tourist outings with peace of mind. In February 2019, the Commissariat general au Tourisme launched a call for projects with the aim to support investments that would improve the accessibility of tourist infrastructure or sites (as part of the Walloon Investment Plan). This action resulted in the granting of EUR 5.590.654 total subventions to 91 winners. In addition to their financial assistance, they benefited from a support in the Access-I certification and in the realization of their development works. It can be noted that more than 40% of the population has difficulty getting around and 15% of the population are people with disabilities. Moreover, more than 1 household in 4 lives in a situation of social exclusion or poverty in Wallonia. (CGT, 2020-c)

To this day, eight visit sites are certified Access-I (Wallonie Belgique Tourisme, 2021). These enterprises receive a visual that provide initial information to visitors. In addition, they have a file on Access-I website showing the level of accessibility by type of disability (Access-I, 2017). This way, visitors can plan their trip in complete safety thanks to all the complete information provided by the website. Moreover, visitors can trust these information as it is from an extern party and is supported by the CGT. Businesses receive this label after that an on-site audit was performed by Access-I experts.

3.3.3. Pillar: Economic

The third pillar ‘economic’ is about creating a link between local communities and tourism enterprises as sustainable tourism can play a major role in creating decent jobs, stimulating trade and connections, and overcoming poverty (UNWTO, 2012). For tourist accommodation there is a criterion that is mandatory in order to be labeled Green Key: the tourist accommodation must propose in their food offer at least 25% of local products that are environmentally friendly or that are Fairtrade or that come from organic farming. Adding to that, the share of local products used must increase every year (Clef Verte, 2021). It is relevant when considering sustainable tourism as it stimulates the local economy not to mention that it limits the energy consumption and the impact of transportation on the environment (IEW, 2020).

Regarding the social responsibility of the enterprise, it is important that residents (and local minorities) may be part of the staff and have opportunities to participate in all functions for which they may be qualified (IEW, 2020). For example, instead of hiring a large company to do landscaping work, the enterprise can hire a local worker to do it. Another responsible action is that a tourist establishment can collaborate with a real “two-ways” exchange or a “win-win” situation with a local business. For instance, a tourist accommodation partners with a guide, local producers, ... It is also important that the establishment directs its guests or clients to local organic suppliers or shops, etc. to support the local economy (IEW, 2020).

Sustainable tourism and more particularly the economic pillar also means that the tourism business can maintain its activity on the long-term economically (UNEP & UNWTO, 2005). An action that the Province and the House of Tourism of Walloon Brabant put in place recently is the 1+1 operation, which is one night paid equal one night offered, to boost the economy indirectly and help Brabant tourism businesses in this difficult time of covid. The Province devotes 110.000 euros to this operation. According to a report by TV com (2021) on slow

tourism, the Province wants to leverage its assets by focusing on slow tourism, the discovery of the terroir and green getaways, conducive to walks. Even if there is still work to be done, Walloon Brabant aims to compete with the Belgian Coast and the Ardennes in the short-stay segment.

3.4. Conclusion of the chapter

First of all, in this chapter dedicated to tourism in Walloon Brabant, we have explained the tourist offer, which consists mainly of local accommodations, such as gites and bed & breakfast, as well as nineteen attractions. In this province, tourism is mainly domestic.

In a second step, we have described the three main bodies of tourism, namely the Commissariat général au Tourisme (administration), Wallonia Belgium Tourism (promotion) and the CITW (research and development).

In the last part, devoted to sustainable tourism in Walloon Brabant, we have identified three active labels in a sustainable approach: Green Key (the reference in sustainable tourism, which covers the environmental, social and economic dimensions), Bienvenue vélo (which covers the environmental pillar) and Access-I (which covers the social pillar since it promotes tourism accessible to all). Therefore, it has been noticed that Walloon Brabant has implemented sustainable practices that tourism businesses can adhere to through the Green Key quality program run by the Inter-Environnement Wallonia federation, Bienvenue vélo which is a label promoting bicycle tourism and other plans for tourism for all. Regarding the economic dimension, the province has launched in 2020 a 1+1 operation, i.e. one night spent equals one night offered for tourist accommodation in order to boost the tourism sector in the difficult period of covid.

Chapter 4. Development of the research question

This chapter aims at determining the field of research, based on the literature review.

The literature review covered mainly sustainable tourism and sustainable tourism in Walloon Brabant as well as the attitudes of companies towards sustainable tourism.

In the chapter on the tourism industry, it has been emphasized that tourism comes with both positive and negative impacts. The impacts of tourism covers three dimensions: environmental, social-cultural and economic. Environmental impacts include the degradation of air quality,

oceans, water, coastlines and wildlife. Socio-cultural impacts are related to human interactions with individuals with different cultures, behaviors and attitudes. Economic impacts of tourism involve increased living standards and economic development such as the creation of jobs.

In the chapter on sustainable tourism, we will retain the UNWTO definition of sustainable tourism for the empirical research: “tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities” (UNEP and UNWTO, 2005, p.11-12). Sustainability has been praised by many as a means for tackling the negative effects of tourism and sustaining its long-term viability (Liu, 2003).

In the chapter on tourism in Walloon Brabant, it has been noted that the tourist offer in Walloon Brabant is composed of 107 accommodations and 19 attractions. In 2019, the Walloon Brabant registered 507.424 nights of which 46.4% were Belgian staying in hotels. The total arrival of tourists in the province in 2019 was 309.049 tourists. Adding to that, the attractions were visited by 79.3% of Belgians. It has also been emphasized that there are three main bodies when it comes to the governance of tourism in Walloon Brabant. The Walloon Tourism Administration (CGT) implements the policy decided by the minister of tourism and oversees the professionalization of the tourism sector (such as labelling and guidance). The CITW coordinates research studies and the WBT is the body that takes care of marketing the destination of Walloon Brabant. Moreover, studies conducted by researchers in Denmark, Spain and UK showed the attitudes of companies towards implementing sustainable tourism and have identified obstacles and incentives.

It has also been shown previously that in Belgium, the Inter-Environnement Wallonie federation strives to encourage sustainable development in the tourism sector by awarding “Green Key labels” to accommodations, attractions, conference centers, event venues, and restaurants in the case of a successful implementation of sustainable tourism practices in their management and operations. This already implemented certification has been used, among others, as a tool to identify and select sustainable tourism businesses.

These early findings led us to the following research questions:

- What are the motivations of tourist enterprises to implement sustainable tourism practices?

- What are the obstacles that tourist companies encounter when developing sustainable tourism?
- How to overcome the obstacles?
- What are their customers' attitudes towards sustainable tourism?
- What are the motivations of tourism enterprises to certify Green Key?

Chapter 5. Methodology

This chapter explains the methodology used to conduct the empirical study. The objective of this study is to identify the obstacles and motivations of tourism businesses in Walloon Brabant to engage in sustainable tourism.

5.1. Choice of method - qualitative

The method chosen for this study is the qualitative approach. For many years, quantitative approaches have been prevalent in tourism studies influenced by the positivist paradigm (Decrop, 1999). In fact, early reviews of research method employed in tourism concentrated on quantitative methods (Crawford-Welch & McCleary, 1992; Dan et al., 1988). It was in 2000 that qualitative methods in tourism were introduced in various journals, such as *Journal of Travel research* and *Annals of Tourism research*, thanks to two authors Riley and Love (Masset & Decrop, 2019). Although there continue to be current reports of the prevailing dominance of quantitative methods in tourism research, they also indicate that scientific reviews and researchers are increasingly considering qualitative methods (Wilson et al., 2019).

As this thesis tries to identify the obstacles and reasons of tourism companies to adopt sustainable tourism, an exploratory research and thus a qualitative research is considered the most relevant. The creation of open-ended discussions with professionals of the sector allows to gather spontaneous opinions about a variety of questions related to sustainability, with an emphasis of this concept applied to their own day-to-day business activity.

5.2. Sample

The research focuses on tourism businesses in Walloon Brabant such as accommodations, attractions and conference centers/event venues. The integration of different types of tourism companies in the empirical study holds the promise of a relative representativeness of the tourism industry and the tourist offer in this province, thus aiming for the principle of diversity.

The choice to concentrate on the province of Walloon Brabant has permitted the selection of a manageable number of respondents with which more in-depth interviews have been realized.

The aim has been to include sustainable tourist sites and establishments that have the label Green Key, possible sustainable tourist facilities that do not have the Green Key certification and non-sustainable tourist businesses in order to have multiple point of views. Another wish was to have one tourist sites representing one cluster. As we have seen in a report of tourism in Walloon Brabant in 2019 conducted by the CGT, seven clusters for the attractions were counted (Wavre, Hélécine, Ottignies-LLN, Braine-l'Alleud, Villers-la-Ville, Nivelles and Waterloo).

First of all, in order to form the primary selection of a sample constituted by sustainable tourism businesses based in Walloon Brabant, the nine companies already certified with a Green Key label have been contacted. As a reminder, this comprises four accommodations, three attractions and two conference centers/event venues labelled Green Key in this province. We contacted 6 of these 9 enterprises by email in order to have an interview with the intent to focus firstly on the accommodations and attractions, as well as the big clusters. In this email, professionals were asked if they would be willing to talk about their tourist activity and more specifically about the obstacles and motivations behind their adoption of sustainable tourism. Four positive responses were received which included two attractions and two local accommodations. Two establishments did not respond. The other three remaining establishments along with the two that did not respond were contacted by the Green Key coordinator in Walloon Brabant (Marie Spaey) who helped us and forwarded our email. Resulting from that, only one positive response was received which came from one of the two meeting and event venue.

Then, following a research on the Wallonia Belgium Tourism website, nineteen well-known and popular attractions have been contacted by email. With the description given of the facility on the site, an identification as a sustainable or non-sustainable facility was more difficult. In this email, they were asked if they will be willing to talk about their tourist activity and more specifically about the obstacles and motivations to develop sustainable tourism. Four positive responses were received. Two sites responded negatively. One was due to regular solicitations by this kind of requests. The other was because they do not have a tourist offer as such and they did not estimate to be relevant for this study. Four facilities did not respond, and one asked for the list of questions but did not respond after it was sent.

At some point, we reached out to the Tourist Office of Walloon Brabant. They offered their help by contacting via email some of the tourist establishments, but none of them responded.

Regarding the accommodations, all hotels in Walloon Brabant (eighteen in total found on the Walloon Brabant Tourist Office's website) were contacted by email. None of them responded. Sixteen gites were also contacted by email after a search in the Walloon Brabant Tourist Office's website. They were selected based on their locality. Ten did not respond. One responded positively but don't welcome tourists and was thus not interviewed. Another one responded positively but finally could not do the interview due to lack of time. Four responded positively. In addition, two guestrooms (found on the Walloon Brabant Tourist Office's website) were selected for their locality in the main clusters (as a reminder the main clusters identified in the report of the CGT are Waterloo, Wavre, La Hulpe, Nivelles, Rixensart and Ottignies-LLN) and were contacted by email. Neither of the two responded. Moreover, three establishments "de Terroir" were selected for their locality and sustainability and were contacted by email by the Walloon Brabant Tourist Office. None of the three responded. Moreover, we selected several Bed & Breakfast located in Walloon Brabant that have the most lived experiences on the Booking website. The reason behind the use of the Booking website was to identify the establishments that are tourist oriented as several accommodations are rarely used by tourists but rather by people who are doing some work at home for example, or who are between two moves, or also people who come to see their family. This insight came after having contacted an accommodation found on the Walloon Brabant Tourist Office's website. Therefore, ten bed & breakfast were contacted by email in order to have an interview. Four responded positively. One responded negatively and five did not respond. A small camping was also contacted in order to diversify the type of accommodation. It responded positively. Two other types of accommodation were also contacted primarily for their sustainability, but the two did not respond.

Concerning the restaurants, we searched on the Walloon Brabant Tourist Office's website and more particularly by going through the list of restaurants of the pages 'where to eat near the Abbey of Villers for example'. Thus, restaurants were chosen because of their proximity to a tourist site. Through the research, we discovered the label 'Bistrot de terroir' which awards restaurants for their promotion of local products, their friendly and quality welcome, tourist information and their provision of local animation. They act as relays of local and regional tourist information. In Walloon Brabant, there are two restaurants that have this label and they

have thus been contacted by email in order to have an interview. In total, eleven restaurants were reached out. None of them responded.

As a result, seventy-eight tourist sites and establishments were contacted in total within three months (from April to July) and only eighteen were interviewed. They are from different type of establishments (six attractions, one conference center/event venue and eleven accommodations). This diversity of tourist establishments was important in order to represent as best as possible the tourist offer.

The eighteen tourism businesses that was interviewed are briefly presented in Appendix 3: Presentation of the sampled tourism companies. Table 1 and Table 2 below contains general information about the tourism businesses. These include 6 attractions, 1 event venues and 11 small accommodations. The majority of accommodation respondents have a maximum capacity of two to four (36%), five to nine (28%) or ten to fifteen (36%) people.

Both gites and B&Bs have been in business for a short length of time. 64% of respondents have been in business for less than five years.

5.3. Data collection – semi-structured interviews

For this qualitative study, the collection method chosen was the collection by individual interviews. Thus, we have met successively with several interviewees using an interview guide. As the aim of the study is to determine the obstacles and motivations of tourism businesses to develop sustainable tourism in the province of Walloon Brabant, this type of interview is therefore very suitable. It is adapted to find out the understandings, the positions, attitudes in relation to a topic (Gavard-Perret et al., 2008).

On average, the interviews took 40 minutes. They were carried out by face to face, by videoconference or by email. Indeed, they could choose which option they preferred. Only 1 of the 18 respondents chose to respond by email. This option was created in order to collect more positive responses in case they did not want to do an interview. All interviews were recorded, with the permission of the interviewee, in order to be able to transcribe them later and perform the analysis.

Enterprises	Villers abbey	Folon foundation	Wellington museum	Napoleon's Last Headquarters	Castle of Hélécine	Adventure Park	The great abbey of La Ramée
Activity	Historical sites and monuments	Museum	Museum	Museum	Provincial domain/park	Amusement	Conference center and event venue
Locality	Villers-La-Ville	La Hulpe	Waterloo	Vieux-Genappe	Hélécine	Wavre	Jodoigne
Respondent	Vincent Ruette (Marketing manager)	Moune Lachapelle (Coordinator of the Public Service)	Quentin Debbaudt (Head of collection)	Nathalie Watillon (Manager)	Chantal Hamende (Administrative assistant)	Brice Visart (Manager)	Alexandre Hervens (Châteaufort customer relation Benelux)
Creation date	1/01/2008	15/09/2000	29/10/1954	1974	6/11/2015	2004	2009
Property	Ruins are the property of the Walloon Region	Walloon Region	the building is owned by the municipality of Waterloo	Province of Walloon Brabant	Province of Walloon Brabant	Private	Walloon Region
Company size	Medium	Large	-	-	-	Small	-
Workforce	30 (2020)	14 (2019)	-	7	-	17 FTE and 25 students	-
Legal form	Non-profit association	Public utility foundation	Non-profit association	Provincial authority	Private company with limited liability	Private company with limited liability	Public limited company
Sustainability	Sustainable	Sustainable	Sustainable	Sustainable	Sustainable	Sustainable	Sustainable
Labels	Green Key Bienvenue vélo 5 Suns WQD	Bienvenue vélo	Bienvenue vélo 4 suns WQD	Bienvenue vélo 4 suns	4 suns	Green Key Bienvenue vélo 5 suns	Green Key

Table 1: Information on the companies in the sample (Part I). Source - Bel-first, Interviews, Crossroads Bank for Enterprises, VisitWallonia and companies' website

Accommodations	Dimension s M	La Bachée	Gîte des Bruyères	Gertrude & Friends	Les Gîtes du Passavant	Les Six Vallées	Indrani Lodge	Roulotte Les Mésanges	Espaces d'Or	Les Bergers	L'Eau Claire
Activity	Bed & breakfast	Bed & breakfast and gite	Gite	Gite	Gite	Gite	Bed & breakfast/hotel	Gite at the farm	Bed & breakfast	Bed & breakfast	B&B

Locality	Corbais	Lasne	Grez d'Oiceau	Jodoigne	Vieux-Genappe	Ramilies	Loupoigne	Rebecq-Rognon	Braine-l'Alleud	Wavre	La Hulpe
Respondent	Roland Dewitt	Bénédicte Huon	Jean-François Le Borne	Laetitia Dangoisse	Karel De Paepe	Anne Claes	Philippe Brawerman	Jean-Paul Rigaux	Didier Tollenaere	Georges Elvire	Fatou Rwubusisi
Start date of the tourist activity	7/02/2019	Operational since 2015	2015	Early 2021	September 2018	2009	1/07/2020	1/01/2020	1/01/2020	23/07/2010	15/10/2016
Declared at the CGT	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	In the process	In the process	No	No	No
Maximum capacity	10	B&B: 3 Gite: 10	2	9	15	4	10	2	6	4	6
Property	Private	Private	Private	Private	Private	Private	Classified	Private	Private	Private	Private
Company size	Micro	Micro	Micro	Micro	Micro	Micro	Small	Micro	Micro	Micro	Micro
Workforce	2	1	2	2	2	2	10	1	2	2	2
Legal form	SPRL	Sole proprietorship	-	-	-	-	VAT grouping	Sole proprietorship	SPRL	Private company with limited liability	-
Sustainability	Sustainable	Sustainable	Sustainable	Sustainable	Non-sustainable	Non-sustainable	Sustainable	Sustainable	Sustainable	Non-sustainable	Sustainable
Labels	Green Key 4 épis gite WQD Gite of Wallonia	Green Key, 3 épis gite, Bienvenue vélo, WQD, Gite of Wallonia,..	Bienvenue vélo 2 épis gite Gite of Wallonia	3 épis gite Gite of Wallonia	3 épis gite Accueil Champêtre	3 épis gite Gite of Wallonia	Little Guest	Gite of Wallonia	None	None	None

Table 2: Information on the companies in the sample (Part II). Source - Interviews, Crossroads Bank for Enterprises, VisitWallonia and companies' website

5.4. Construction of the interview guide

An interview guide has been created to frame the discussion and ensure that all topics of interest, namely the main problematic of this paper plus more specific questions, were covered and presented in a repetitively coherent order. It consisted of a series of open-ended questions.

Given the objective of the study which is to collect the opinions of sustainable tourism companies as well as the one of non-sustainable tourism businesses, the decision has been made to prepare two different interview guides. Both were divided into three parts.

The first part consisted of introductory general questions, allowing for the presentation of the interviewee and its tourist activity. It also included how they chose their partners and which actors contributed to the tourist experience. This part was the same for both interview guides.

The second part of the interview guide contained more specific questions. It was devoted to their knowledge of sustainable tourism and ecotourism which allowed to evaluate their familiarity with these terms. Both interview guides had these questions. For sustainable tourism businesses it was to understand their vision of sustainable tourism while for non-sustainable tourism companies it was to see their knowledge from an outside perspective. It differs when it comes to motivations and obstacles. Indeed, the interview guide reserved to sustainable tourism businesses was based on the motivations and obstacles they encountered when they started to implement sustainable tourism practices, those they encounter today, their opinions about the Green Key criteria and the label and their marketing or non-marketing of their sustainability. Whereas the interview guide for non-sustainable tourism businesses was based on the barriers and possible motivations to develop sustainable tourism, as well as their opinions about the Green Key criteria and the label.

The last part of the interview guide for the sustainable tourism businesses focused on the advice they could give to non-sustainable tourist facilities wanting to engage in sustainable tourism, their recommendations to the authorities in order to improve sustainable tourism in Walloon Brabant and their vision for the future of sustainable tourism. The last part for non-sustainable tourism companies consisted of their vision for the future of tourism and their recommendations to the authorities in order to encourage the development of sustainable tourism in Walloon Brabant.

The two interview guides can be found in Appendix 4 and 5. Moreover, all interview transcripts are included in Appendix 6.

5.5. Method of analysis

The method of analysis chosen for this study is the thematic analysis. It seems to be the most suitable method to point out the useful information from our transcript of interviews. Therefore, to perform our analysis, we coded the data from the transcripts of interviews according to the themes of our research questions.

The coding of our interviews can be found in Appendix 7.

Chapter 6: Discussion of the results

In this chapter, a presentation and an analysis of the results of the 18 semi-structured interviews are outlined. The five research questions mentioned in chapter 4 were used to perform the analysis. As a reminder, the research questions were the following:

- What are the motivations of tourist enterprises to implement sustainable tourism practices?
- What are the obstacles that tourist companies encounter when developing sustainable tourism?
- How to overcome the obstacles?
- What are their customers' attitudes towards sustainable tourism?
- What are the motivations of tourism enterprises to certify Green Key?

Table 3 at the end of the chapter contains a synthesis of the motivations and obstacles of tourism businesses to develop sustainable tourism.

6.1. Motivations of tourism companies when developing sustainable tourism

The purpose of this question is to understand the reasons behind the adoption of sustainable tourism for tourism businesses. This concerns the fifteen enterprises that are in a sustainable tourism approach since one attraction did not make a statement in this question and two non-sustainable accommodations were not motivated to become sustainable. These results will be compared with the motivations mentioned in the literature review.

6.1.1. Lifestyle

Lifestyle is the main motivation for adopting sustainable tourism. Thirteen of the fifteen tourism enterprises, and more precisely four attractions and nine accommodations expressed this reason.

For four tourism enterprises, sustainable tourism was adopted because *“it is obvious”* (Aventure Parc, Dimensions M, Espaces d’Or and Gîte des Bruyères) with one adding that *“it is a way of being, a way of living [...] It is the respect of others, of the family, of the environment, finally the respect declined in all the sectors”* (Dimensions M). For one attraction, *“it is common sense”* (Villers Abbey). For another attraction, *“it is natural”* (Napoleon’s Last HQ). One accommodation explained that *“I think it’s normal that we go towards this”* (Les Gîtes du Passavant). Four accommodations stated that it was their *“lifestyle”* (Indrani Lodge, La Bachée, Gertrude & Friends and L’Eau Claire) with one adding that they wanted to do a gîte *“in our picture and our picture is not to waste”* (La Bachée).

For one respondent in attraction, the incentive of developing sustainable tourism practices was that *“for some time now, there has been a lot of thinking in the museum field. It is important to know that we have said that the museum should no longer be reserved for an elite, should no longer be reserved for all the middle-class people, but should open up (because we are public institutions for the most part) to all citizens and by opening up to all citizens, we become sustainable”* (Wellington Museum). Therefore, it can be noted that several museums are becoming more and more aware of sustainable tourism. As sustainable tourism has a social dimension, which concerns tourism that is accessible to all, these reflections go in the direction of a more sustainable tourism.

One respondent of an accommodation stated that he and his wife (who both own and manage the bed and breakfast) have had an evolution in their lives, as they are already parents and grandparents and therefore have all this experience, not only at a family level, but also on a societal level, in terms of the evolution of society and their impact. Because of all that, it was obvious to them to include sustainability in their business.

Another interviewee from the accommodations sector commented that for him it is an imperative. He has always worked in everything that was environmental study, impact study and he has always been immersed in the context of sustainability and the environment, thus for him it is obvious.

An additional accommodation did it for personal interest. For the owners, it was obvious that it was necessary to go in that direction. They were always motivated to make a sustainable

building and by social reasons, as one of their initial objectives was to work with local companies.

One of the attraction that found that the development of sustainability in its business is obvious justified by the fact that, as a nature-based attraction, it needs to preserve the trees since its activities are carried out in these trees. Therefore, it cannot afford not to protect the environment. The continuity of its activity depends on the health of its trees.

The other attraction expressed that it is common sense to adopt sustainable tourism. He took the example of waste separation. Since everyone sorts their waste at home, why not do it when visiting a tourist site as well. The respondent admitted that sometimes visitors do not pay attention and that it is necessary to remind them.

The attraction explained that what she does at home, she reproduces at work and the reverse is also true. Therefore, for her it is something that is natural.

One interviewee of a non-sustainable accommodation is motivated to adopt sustainable tourism for a personal reason. He commented *“It's because I think we have to do it. In fact, I think it's normal to go towards that”* (Les Gîtes du Passavant).

One owner of a sustainable accommodation argued that it is a choice of life. He did not make his sustainable hotel project to become rich. In his words, people do this kind of project to lose money and do not want to earn any profit. On the other hand, if they think that it is important or that somewhere even if they do not have to earn money and do not have to lose too much, and they can afford it, that is where the motivation comes from. The planet is becoming *“a garbage”* (Indrani Lodge) and his sustainable accommodation is *“heaven”* (Indrani Lodge). Every day, he can enjoy the beauty of nature, which he strives to preserve.

Another accommodation made it clear that she opened a gite in their image and that it is because they act in their daily life in a sustainably way. They also try to educate their guests to be more responsible without forcing them to do it.

An additional respondent in the accommodations sector explained *“As I said, for us, it's part of our daily life, so it's really the way we live on a daily basis and so it seemed quite logical to propose this kind of approach or to have this same approach in relation to the lodge”* (Gertrude & Friends).

Similar to this, one accommodation mentioned that sustainability is part of her life. The interviewee reported *“It's because I find that life is like that, I've lived like that since I was very young”* (L'Eau Claire).

In line with the transgenerational component of Brundtland's definition of sustainable development, the owner of an accommodation provided the following explanation: *“I want my children and my grandchildren to grow up in a world that is still beautiful, that we don't hand them a completely destroyed land”* (Les Mésanges).

As a result, all respondents from the accommodation sector adopted sustainable tourism practices because of their lifestyle. Sustainability is something that is important for them. They did not really choose to open a sustainable tourism business because it was natural for them to include sustainability in their business to limit their impacts and share their values of respect for people, the planet and local communities to their guests.

In the literature review, lifestyle motivation was found by many researchers to be the most common motivation for tourism microenterprises and small businesses. Our research confirms these earlier findings, especially because most of the respondent were owners of microenterprises, which represents the particularity of Walloon Brabant.

6.1.2. Ethical stance of the organization

An element that motivates two tourism companies to be part of a sustainable approach is the ethical stance of the organization. For one, it is because *“it was in line with the company's values of environmental and human responsibility”* (The great abbey of La Ramée).

The respondent from the conference center/event venue explained that the company Châteaufarm' (who owns the venue and 70 other houses in Europe) has existed for 25 years and that 25 years ago, these questions of eco-responsibility, of sustainability were not a priority for anyone. It has developed over the last few years, and they have realized that they have a real impact as a society because of the large size of the enterprise. They started to look at this issue several years ago as they realized that their carbon impact is significant. They now have an entire department called the CSR department, which includes all environmental and social responsibility, which works full time. Therefore, there have a whole team that actually sees on a daily basis how they can improve the environmental aspects of the company and really have an impact on the planet through their activities.

The great abbey of La Ramée, managed by Châteauform, is the first among their 70 houses to be sustainable. The values of the company are both environmental and human responsibility. So they emphasize the respect of the environment, of the human being as much the customers as the employees of the company. Therefore, the incentive to develop sustainability was that it was consistent with the enterprise's values.

The other company was also motivated by staying in line with the organization, as *“it has been part of our concerns since the opening of the foundation, and for Folon it was part of his concerns since the 60s”*. (Folon foundation).

The respondent from the attractions sector argued that Folon worked during almost all his career to support great humanitarian causes. He illustrated the Universal Declaration of Human Rights. He made posters for Greenpeace, for Unicef,... He was very active and already well before the time. Indeed, in the 60's he was talking about the environment. At that time it was not yet called ecology. But the environment is one of Folon's major themes: the environment, human rights and the rights of the child. Therefore, sustainability has been part of their concerns since the foundation opened, and for Folon it has been part of his concerns since the 1960s. It is not something new, but it is something they have to adapt to, which is not always easy because there faces a lot of constraints (such as infrastructure barriers).

Therefore, it was important for these companies to stay in line with their values, corporate culture, etc. Otherwise, customers are lost and do not see the company as credible. The ethical stance of the organization was found in previous studies (Bramwell and Alletorp, 2001).

6.1.3. Increasing customer awareness

Another argument made by two interviewees in the attraction sector was that people are paying more and more attention to sustainable tourism.

One declared that it was *“in the spirit of our time”* (Aventure Parc). According to the respondent, everyone becomes sensitive to ecology and everyone realizes that it has become not essential but essential to ensure the survival of the planet. He took the example of the growing number of organic stores, which confirms the sustainability trend. In his view, people are receptive to everything that is local, eco-friendly, etc.

In addition, according to an article that the other respondent read, *“globally 66% of the population in 2015 was willing to pay extra for a product or service that met ecological and sustainable standards whereas a year before in 2014 it was not even 50%, so we see that it*

increases strongly” (Villers Abbey). In his opinion, from a marketing point of view, it is a strong trend. People are paying more and more attention to this.

As it is believed that customers are increasingly becoming knowledgeable about sustainability and sustainable tourism, enterprises that develop sustainable tourism allows to respond to the potential customers' expectations and wants.

Several researchers (Bramwell and Alletorp, 2001; Ayuso, 2006; Kim et al., 2019) also identified the growing customer awareness for environmental concerns in the literature.

6.1.4. Demand from higher authority

One museum explained that they were motivated to adopt sustainable tourism due to the demand from the higher authority, and more precisely *“the superior power that ask us to do it”* (Wellington Museum).

Another museum explained that its sustainable development was the motivation of the Province since it has announced the “Plan Colibri” in 2020, which aims at reducing the carbon footprint of the province and therefore of the administration and its institutions.

The demand from higher authority was not found in the literature review as the studies attitudes did not concern public attractions, but rather private tourism companies.

6.1.5. Obtain a marketing advantage/improved image

For two respondents in the attraction sector, an incentive of developing sustainable tourism is that for the first respondent from a marketing point of view *“it is clearly a concept that we cannot afford not to do”* and if the company does not implement sustainable practices, people would be *“shocked”* (Villers Abbey). The interviewee added that for the image of the attraction, it is *“essential that we respect the ecology”* (Villers Abbey). For the second interviewee, sustainable tourism is *“a brand image too”* (Adventure Park).

For the respondent of the first attraction, if people come to the abbey and see that they do not sort waste, that they do not do anything for sustainable development, he thinks that it would damage the image of the abbey.

Therefore, for the two attractions, not adopting sustainable tourism would be a disadvantage and adopting it would be the right thing to do. In addition, for the company to be in line with its image, it must adopt sustainability in their actions. It can be noted that both of these

attractions are surrounded by nature and the natural environment is part of their appeal, which is why they must preserve it.

Obtaining a marketing advantage/ enhanced image was also found to be an incentive for tourism companies to the adoption of sustainable tourism practices according to Bramwell and Alletorp (2001), as well as Hultman and Säwe (2016).

6.1.6. Cost savings

One respondent from the accommodation sector mentioned that he implemented sustainable actions to save money. A sustainable investment he made was installing solar panels. However, he did not install them *“in the spirit of ecology but in the spirit of earning money, paying less”* (Les Bergers). He also reduced the flow of the shower. More precisely, in the shower head, the spray is reduced. He put this on also to save money.

Despite these two actions, he was categorized as unsustainable because he had no knowledge of the concept of sustainable tourism and was not in a spirit of sustainability.

In addition, one respondent from the other non-sustainable accommodations stated that the motivation to adopt sustainable tourism is *“that it would be good for me from an economical point of view”* (Les Gîtes du Passavant). However, it is not his only or primary motivation. His primary incentive is because sustainability is something that goes without saying, and it is something he has to go for. Therefore, it is the association of these two reasons.

Cost savings was found in many studies as the main motivation for tourism companies to adopt sustainable tourism.

6.1.7. Discussion

Following our analysis on the motivations that tourism companies have when developing sustainable tourism, it can be noticed that all incentives were identified in the literature review, with the exception of the demand from higher authority.

Only two companies that were non-sustainable have made mention of the main motivation found in the previous studies, namely cost savings. The other sustainable businesses seem not to focus primarily on money or making profit, but rather were driven by the central idea that sustainability was a necessity in today's society.

Several elements lead us to believe that managers of sustainable bed & breakfast, gite and small-sized hotel are primarily motivated by their personal conviction and that sustainability is

their lifestyle. The first element is that, for every sustainable accommodation, their owner mentioned this motivation. The second element is that, in these types of accommodations, they operate as individuals and not as a company. For example, attractions seem to be less likely to have lifestyle as motivating factor due to their bigger size (medium and large) and their operation more as a company structure.

Moreover, for four attractions, lifestyle was also an incentive. For one, it may be justified by the size and type of business (small business and family business), which is different from others (medium-sized non-profit association, large public utility establishment, etc.). For the three others, it may be justified by the fact that the respondents expressed their opinions and did not speak for the attraction. Therefore, size and type of business seem to play a role in identifying lifestyle as a motivation.

The main motivations of the respondents in the attractions are that they are concerned about their image, the values of the company, and therefore by adopting sustainable tourism, they remain in line with their values and it does not harm their image. In addition to the ethical stance of the organization, increasing customer awareness, gaining marketing advantage, and demand from a higher authority are also among their incentives. These elements are consistent with the literature review, with the exception of the last motivation, which was not found in previous studies.

A strong element that can be noticed is that in order to bring a transition such as a transition towards sustainable tourism, there is a need to move away from the capitalist view where costs and profits are commonly analyzed before launching a project. The mindset has to change. Sustainable tourism cannot be achieved if the purpose of doing it is for profit. It necessitate a radical change of management, behaviors, mentality. It needs a real willingness to become sustainable. Small enterprises and mostly micro-sized accommodations such as gites and B&B are the ones that is the closest to their clients/guests. The owners of these establishments are directly connected with their guests and can have an influence by sensitizing them to the concept of sustainable tourism, educating them and sharing their passion for sustainability.

6.2. Obstacles encountered by tourist companies when developing sustainable tourism

The purpose of this question is to identify the obstacles encountered by tourism businesses when developing sustainable tourism practices. This concerns the fifteen enterprises that were interviewed as three tourism businesses did not encounter any obstacles. These results will be compared with the obstacles mentioned in the literature review.

6.2.1. High investment costs involved

The financial barrier to the development of sustainable tourism was the reason most often mentioned by tourism businesses in the interviews, preventing them from either improving their approach to sustainable tourism or simply adopting sustainable tourism. Indeed, eleven of the fifteen companies cited this reason. For two respondents from the attractions sector, one from the events sector, and six from the accommodation sector, finances constitute an obstacle. For two accommodations, finances pose a barrier to the adoption of sustainable tourism.

One of the respondents in the attraction sector told us that: *“they are mainly financial because obviously when one must make work in a classified house, it is thus specialized craftsmen thus automatically they cost more. Sometimes it's materials that you have to go back early to find, that costs more”* (Wellington Museum). Therefore, it seems that for classified buildings, the financial barrier is very present. The interviewee added that it is also due to the fact that they have a budget and cannot devote everything to the development/ transformation of the museum. Therefore, they are making changes little by little.

Another respondent in the conference center/event venue adds the size of the building as a justification: *“In a building like the one in La Ramée, which is gigantic, the financial aspect can be an obstacle, obviously. If we want to make a building like the Abbey of La Ramée a passive building, we will have to spend millions of euros”* (La Ramée). However, the building did not prevent the event venue from being certified sustainable.

For a respondent in the accommodation sector, the obstacles are *“Finances because investments are important. So we have the profits afterwards, but we have to invest. And when you do it with small means, which are the means of one person or a small limited liability company, it is still difficult. So yes, there are finances because you have to make choices and you are certainly limited in certain options”* (Dimensions M).

Furthermore, a respondent declared that sustainable and environmental investments are not *“investments that can be transferred to the cost, the price of a room”* (Espaces d'Or). He took the example of the time spent more to wash a room because they do it without soap but with

water with rags with different fibers. It is not because they spend more time that they can ask 5€ more. On the other hand if they put a jacuzzi they can ask 10€ more the night. But the jacuzzi is not sustainable. Therefore, there are things that are saleable and others that are not and in general anything that is sustainable is difficult to sell according to the interviewee. Moreover, they still have three more sustainability oriented projects and what is holding them back is funding. These projects consist of installing a green roof, solar panels and adding an electrical terminal, as well as implementing anti-limestone water treatment. They do not know when they are going to do them, maybe in one, two or three years but the problem is funding.

The non-sustainable accommodation identified finances as a barrier preventing him from adopting sustainable tourism. Especially this year, he cannot invest in anything at all due to Covid. The months of January, February, March and April, he had almost no guests. It was one or two people a week, which was very little.

The other non-sustainable accommodation explained that they have thought of many sustainable practices, but do not have the time or money to implement them. However, it is in their plans. It is due to the fact that they renovated the house of almost 600 square meters, which was a big budget because everything was redone and which constitutes the gîte for fifteen people. The respondent added that *“when the wallet allows me, I will do it”* (Les Gîtes du Passavant).

One respondent from the accommodation sector did not encounter any obstacles and not the financial obstacle due to the very small size of his establishment. The respondent argued that *“I'm on the scale of my little trailer of course. It will never involve huge investments, so I don't have the financial barrier”* (la roulotte Les Mésanges).

An example of a costly sustainable investment is the installation of solar panels. However, homeowners must have the budget for these costly sustainable actions. Therefore, high investment costs involved are an obstacle and also a barrier for tourism enterprises to develop sustainable tourism.

The financial barrier/obstacle was also found in the literature review as the primarily reason preventing tourism companies to develop sustainable tourism.

6.2.2. Administrative stagnation

One respondent from the accommodation sector encounters an obstacle due to an administrative stagnation. The interviewee claimed that *“Everything is complicated here*

because we are in a classified area. So in theory when you plant new species in the trees, in the gardens, you have to declare it and ask for an environmental permit and ask for the opinion of the CMRF committee of the royal monuments of the sites and the excavations. So this is one of the difficulties, I live in a classified place I can't do anything. If we have to do something to change the frames, I have a year and a half of approval. I have to talk to 5 civil servants including a delegated civil servant, the director of the Centre region of the WAP and the monuments and sites, that's already 3 difficult things (Indrani Lodge). He adds that the administrative stagnation is “terrifying” (Indrani Lodge) and for all permits it is complicated.

For one interviewee from the attraction sector, administrative stagnation is also an obstacle to their sustainable tourism development. She expressed that *“even to add an extra garbage can is a very heavy administrative process”* (Folon Foundation). Therefore, there are no selective garbage cans in the courtyard due to the area being classified.

A respondent from the attractions sector did not identify administrative stagnation as a barrier to sustainable tourism development, but it appears to be the case from his statement described as follows: *“Here we are in a historical building, a classified building. And so in a classified building you can't do what you want. So this building was built in 1705 and for example, as soon as you change a window frame, you have to ask the authorization to the monuments of the sites otherwise you can't do it like that”* (Wellington Museum).

Administrative stagnation was not viewed as an obstacle to developing sustainable tourism in the literature review. It can be for the reason that administrative efficiency is country-specific. Here, Belgium is said to be slow when it comes to the administrative side. In addition, tourism enterprises have their buildings classified or owned by the municipality (Wellington Museum), the Walloon Brabant province (Castle of Héléécine and Napoleon’s Last HQ) or the Wallonia region (Villers abbey, Folon Foundation and La Ramée). As it can be seen, most of the attractions interviewed had their buildings or properties owned by a higher entity. This comes with a lot of administrative constraints in their operations.

6.2.3. Classified site

One respondent from the attractions sector cited the reason of the site which is classified. He commented *“You have to know that we are a bit slowed down because here we are in a historical building, a classified building. And so in a classified building you can't do what you want”* (Wellington museum).

The main obstacle for one museum is the fact that it is a classified site, so it must always be in adequacy. Solutions have to be found to meet the two objectives of preservation and sustainability. The respondent added that *“These are things that we really have to think about and really dig into”* (Napoleon’s Last HQ).

One interviewee from the accommodations sector also mentioned the classified site as an obstacle. He explained *“So this is one of the difficulties, I live in a classified place I can't do anything”* (Indrani Lodge).

Classified site was not considered an obstacle in previous research. This may be because the province is unique in having many tourist attractions that are classified.

6.2.4. Lack of knowledge or expertise

The non-sustainable accommodation identified the lack of knowledge as a barrier for adopting sustainable tourism. The respondent confides in us, *“I don't have a lot of information about anything sustainable. But anyway, I don't really see what I could do”* (Les Bergers). When asked about his knowledge of the terms sustainable tourism and ecotourism, the respondent was confused and knew nothing about either concept.

One accommodation that we qualified as sustainable mentioned the lack of clear information about sustainable tourism, the way to follow this approach and guidelines as an obstacle in its sustainable development. The respondent already performs sustainable practices that she thinks are right for her without defining, calling her gîte as sustainable. This is why she would like clear guidelines or information in order to know if she is in the right direction.

This was also found in the literature review. It has been emphasized earlier as the second main obstacles. While, in our research, it has been identified only by two tourism enterprises. In addition, similar to our findings, Berry and Ladkin (1997) identify a lack of understanding of the concept of sustainable tourism as a barrier.

6.2.5. Infrastructure obstacles/barriers

Two respondents from the attractions sector mentioned infrastructure obstacles/barriers. One attraction was unable to have good sorting waste due to lack of infrastructure. *“When you see that we are in a magnificent park of 257 hectares in a classified building, we are already in a privileged environment. But to be able to have containers for the selective sorting, in fact the trucks do not come to the park. If we wanted to do it, we would hire/pay a private company and it would be more expensive than a foundation (we are a private foundation so we don't get any*

subsidies) and therefore we can't afford this kind of thing” (Folon Foundation). This constitutes a barrier.

A second attraction cannot invite its public to come by public transport because there is no infrastructure such as bicycle paths, bus stops or railroads near the tourist site. By contrast, this is considered an obstacle because it does not prevent the site from having a sustainable tourism approach.

In the literature review, several researchers (Vernon et al., 2003) identified infrastructure-related barriers (such as poor waste separation and recycling facilities, lack of bicycle paths and underdeveloped public transportation network) as barriers to environmental action.

This reason is external to the company and especially out of reach. They have no power over it. It is the Walloon Region that is in charge of infrastructure.

6.2.6. Doubt about profitability

For two tourism enterprises, an obstacle to the development of sustainable tourism is doubt about profitability. One respondent said that *“more philosophically, it's a bit of a doubt in the sense that the question I asked myself was how to really make this commitment profitable. How to make sure that this commitment produces results. And sometimes when you are at the beginning of the process you don't see things very clearly. And so here we are, do I do it? Will my commitment be limited to myself and my good conscience or will there be spin-offs and so on?”* (Dimensions M). Therefore, there is a little bit of doubt in setting up the commitment towards sustainable tourism.

Another accommodation stated *“If we still have to take money out of our pocket to put solar panels, which is something we can never pass on to our rentals, never, it is a financial barrier and a profitability barrier. [...] So we must always find the right balance between trying to avoid having too much of a footprint on our environment and developing an activity that wants to be profitable at a given time, so we must be able to attract people and make sure that they are happy with the quality of the accommodation or the service they receive.”* (Gertrude & Friends)

Doubt about profitability was identified in the literature review as an obstacle. This is related to the lack of continuous viability, which was found by Vernon et al. (2003) as a concern for tourism businesses.

6.2.7. Time

One interviewee of a non-sustainable accommodation identified time as a barrier in adopting sustainable tourism. Indeed, he stated *“In fact, it's all things we've thought about, but that's it, because either we don't have the time, or we don't have the money, or we... well, it's in our plans”* (Les Gîtes du Passavant).

One sustainable accommodation mentioned time as an obstacle in its sustainable development. She explained *“You have to do a lot more research to find sustainable products. You have to read a lot more, you have to compare because it's not because it was written eco that it is necessarily”* (L'Eau Claire).

Time was identified several times in the literature as an obstacle.

6.2.8. No demand for sustainable tourist establishments

For one respondent of the accommodations sector, there is a no demand from the public for sustainable tourist establishments. She argued *“I think that the barriers are mainly the hosts who are not... today I think that the customers are not ready to make an effort during their vacations”* (Gertrude & Friends).

This was found in the literature review as a barrier. This is related to the lack of consumer demand, which as found by many researchers (Tzschentke et al., 2008; Dodds and Holmes, 2011; Waligo et al., 2013; Halme and Korpela, 2014; Sucheran, 2015).

6.2.9. Sustainability skeptics

One of the three non-sustainable accommodations did not believe in sustainability. The respondent was categorized as a sustainability skeptic. She stated that *“Eco is good, but you know, it's a fad. It will come and go”* (Les Six Vallées). She did not want to be dependent on a *“passing fashion”* and for her it would be a hindrance to invest a lot of things to be eco-friendly. For her, sustainability and all that is *“cosmetic”*. She argued *“For me, ecology was created by fools for fools”* (Les Six Vallées).

Sustainability skeptics was not identified in the literature review as a barrier. This may be due to the rather extreme viewpoint of one interviewee.

6.2.10. Discussion

Following our analysis of the barriers and obstacles that tourism enterprises encounter when developing sustainable tourism, it can be noticed that some obstacles/barriers are not identified

in the literature reviews. This includes administrative stagnation, classified sites and sustainability skeptics.

It has been found that most people, whether in the attraction or accommodation sector, consider high investment costs to be the main obstacle/barrier when thinking about implementing sustainable practices. Almost all respondents agree that finances are an obstacle. Moreover, when a building or area is classified, a lot of money has to be invested if changes or construction work have to be done in order to be more sustainable. For privately managed housing, it is the livelihood of one or two people, so it can be difficult to have the budget to implement sustainable practices. The size of the tourism site or accommodation can also play a role in identifying this obstacle/barrier. Indeed, a very small accommodation with only one room and a maximum capacity of two people, for example, will not have the same amount of money to invest in sustainable improvements as a large tourism site.

Another input is the lack of knowledge or expertise. It seems that this barrier is mostly true for non-sustainable accommodation since none of the accommodation part of a sustainable approach highlighted this as an obstacle (except one) and that having no knowledge about sustainable tourism really prevents from adopting it. Even if only one respondent identified the lack of knowledge, it can be believed that this barrier is the case for most people preventing them from adopting sustainable tourism.

Furthermore, tourist sites or accommodations with a classified building or in a classified area may be confronted with administrative stagnation which constitutes an obstacle to the sustainable development of tourism. This concerns a part of the tourism enterprises depending on their location and if they are fully owners of their property. It was noticed that many attractions in Walloon Brabant were owned by the region, province or municipality.

However, the administrative aspect is not a barrier/obstacle if people wishing to open a tourist accommodation have the chance to build from scratch, as sustainability can be ensured from the outset and if this is done in an area that allows the installation of solar panels, the use of a smart water management system, etc. One example of a tourism business that was fortunate enough to do this is Dimensions M. The owners built their home for a bed & breakfast project and sustainability was considered in the design and construction of the building.

Moreover, concerning classified attractions and accommodations, one obstacle mentioned by two museums and one accommodation is the fact that the site is classified and therefore they cannot do whatever they want.

A final obstacle is the doubt about the profitability of the sustainable tourism enterprise. Questions can be raised about the economic success or failure of a project.

6.3. Measures taken to overcome the obstacles

The purpose of this question is to find practical actions that tourism businesses can undertake to overcome obstacles. In addition, external actions are requested to help tourism enterprises overcome the obstacles. This concerns the eighteen enterprises that were interviewed. These results are based on a voluntary and spontaneous response from the respondents. They do not provide an exhaustive list of the actions undertaken by these tourism enterprises.

6.3.1. Internal actions

This section addresses practical actions that tourism companies have adopted to overcome the obstacles they encountered.

High investment costs/money

Due to the high investment costs, a lot of tourism businesses started their sustainable tourism development step by step. For example, the easiest and least expensive sustainable tourism practices are privileged first, such as replacing lamps with low-energy lamps, using eco-friendly cleaning products, eliminating plastic bottles and using tap water, making a compost etc. Then, several years after the beginning of their tourism activity, some tourism businesses installed solar panels, a sustainable practice requiring a significant investment.

A list of sustainable practices implemented by tourism enterprises can be found in Appendix 8.

6.3.2. Interventions from external parties

This section addresses how the barriers faced by respondents were overcome in the form of external assistance from labels or higher authorities.

High investment costs/money

One respondent from non-sustainable accommodation who identified money as a barrier to his sustainable development suggested that incentives such as subsidies could help overcome this barrier. As the interviewee said, *“And if we had incentives, it's clear that this would be an additional motivation. But incentives that are worth it. If it is to receive 300€ on an investment*

of 15.000€... But yes, no, the incentive is clear that it could make us move faster. Yes, probably yes” (Les Gîtes du Passavant).

Another accommodation respondent mentioned money as an obstacle to developing her sustainable approach. However, she is willing to make sustainable investments if she receives help in the form of subsidies. As she said, *“It is very complicated to get help, it is very complicated to get subsidies. If someone says to me tomorrow, we finance with you the solar panels, but I would say yes” (Gertrude & Friends).*

Lack of knowledge, information or expertise

One respondent from the accommodation sector overcome the lack of expertise by joining the Gite of Wallonia to receive help in opening up a gite. When asked about the reasons of her ‘affiliation’ with the Gite of Wallonia, she replied *“Because we were starting out, we didn't have a lot of experience in this area, and we were hoping with the Gîtes de Wallonie to have a bit of support and help to be able to have easier access to authorizations and to a whole series of sound advice” (Gertrude & Friends).*

Another interviewee overcome the lack of expertise by searching for help in the Gite of Wallonia. As he explained to us, *“My privileged contact to start this activity which is still new for me is the federation of the Gîtes de Wallonie. So they gave me a lot of information. I am really very happy with their services. They told me all the forms that I had to fill in to give to the CGT. [...] So this is for the administrative part to start this activity” (Les Mésanges).*

Therefore, being a member of the Gite of Wallonia could help overcome the obstacle of lack of knowledge, as it provides many guidelines for the activities of gites and B&Bs owners to start their business and improve their services over time, as well as maintain their activity in the long term. Moreover, it can be noticed that all sustainable and recognized local accommodations have this quality label, except for Indrani Lodge, which is in the process of transitioning from B&B to hotel.

Lack of information and time

Three respondents have mentioned the Green Key program as a way to overcome the obstacle of lack of information about sustainable tourism. One interviewee expressed interest in the Green Key label because it will provide clear and easily accessible information about sustainable development and guidelines for sustainable tourism practices, which will save time. Another accommodation that has the Green Key certification commented *“But in any case it*

was an extremely interesting guide and which allowed us to make our choices notably technical or of conception of house, of the style management of water for example where we have criteria of use of rainwater therefore we envisaged the circuits which it was necessary, euh the energy criteria etc.” (Dimensions M).

Therefore, the use of the Green Key criteria can help tourism businesses in their sustainable development process and overcome the lack of knowledge and information that constitutes an obstacle. Moreover, the Green Key label can save time because the website contains all the information needed to gain knowledge about sustainable tourism practices. It also saves time because an on-site audit is conducted to evaluate the tourist activity and provide guidelines for improving the sustainable approach.

6.4. Attitudes of customers towards sustainable tourism

This section is based on spontaneous response from the respondents about their customer's attitudes toward sustainable tourism and does not provide an exhaustive list of the true vision of the customers, as they did not participate in the interviews. In addition, a link will be made to the literature review.

A first insight gained from the interviews is that *sustainability is not a main criterion for customers when selecting a place to stay or to visit*. This was mentioned by one respondent from the attractions sector and four respondents from the accommodations sector. In the attraction interviewee words, *“the customers who come to us do not come because we are responsible. They come to do tree climbing.”* (Adventure Park). One accommodation argued *“but on the other hand it's a bit of a concern [...] that people don't come to my place for that. They come because the setting is beautiful”* (La Bachée). A second one adds that *“When they come here, they come to take a breath of fresh air because they often live in the city”* (Les Mésanges). A last accommodation explained that *“There are some who come because for one reason or another or who come to discover the restaurant”* (Indrani Lodge).

Therefore, there are no tourists mentioned by tourism companies that come primarily because of the sustainable commitment of the business. They come to enjoy nature, have fun, visit museum, etc. This shows that, as seen in the literature review, there is few pro-sustainable tourists for whom the sustainability criterion is a priority. These customers are more reflective or unconcerned travelers.

A second insight into their customers' attitudes towards sustainable tourism is that *some customers are interested in sustainable tourism during their stay*. Four tourism enterprises mentioned this insight. One respondent of an accommodation stated that *"We sometimes have very long conversations with clients who are a little bit interested in our project"* (Dimensions M). The interviewee adds that they explain everything they have done and then as soon as they start talking, questions come in. But sometimes they stay half an hour or even more talking about everything that revolves around their commitment to responsible tourism and their name, their project, in all its dimensions.

Another owner of an accommodation confide to us that 50% of its clientele is really interested in eco-responsible building. They even ask the owner how they could do it at home, that he recommends someone they can call, etc. There are some really interested people and there are growing, thus it is going in the right direction. Concerning sustainable tourism, the respondent adds that *"The clients who come here are surprised by what it means when they leave here. They say 'Oh, but I thought a sustainable hotel had a garden, we ate organic food and that's it'. When we tell them that their hot water doesn't consume carbon, they say 'ah but I never asked myself the question of knowing where I get my hot water from in another hotel'. But once we explain it to them, they are delighted"* (Indrani Lodge).

A last accommodation interviewee further explained *"But in any case, even those people who didn't come for this were a bit alerted by the concept"* (La Bachée). Therefore, when tourists arrive at the accommodation or tourist site, they discover actions put in place for sustainability and can even learn about the concept from the owners. This is a great way to touch people and have maybe a good influence on them in order that they become more sustainable in the future or make different choices when planning their trip.

This is also found in the literature review. Tourists are attracted by the approach of sustainable tourism.

By contrast, a third insight into their customers is that *customers do not care about sustainable tourism*. One accommodation noted that 50% of its clientele do not care about sustainable tourism and 50% of the clientele is really interested. As seen in the literature review, half of its customers are unconcerned tourists who do not consider sustainability. Another accommodation stated that there are some clients who are sensitized and others who *"don't give a damn"* (Les Gîtes du Passavant).

An assumption made by an attraction is that **customers do not care about labels**. One respondent of an attraction asked us “*When you go on vacation and you think about what you are going to visit, do you seriously look at the labels that the sites you are going to visit have? Nobody does that. That's what you need to know too*” (Wellington Museum). He is therefore convinced that labels do not bring much to a tourist site and are not a competitive advantage. By contrast, in the literature review, it has been noted that ecolabels can allow a company to differentiate itself from its competitors and that they can be recognized as sustainable by customers.

A second assumption is that **customers do not want to be educated on sustainability**. One accommodation interviewee advanced “*I even think that not all customers are willing to be lectured somewhere on eco-sustainability*” (Les Mésanges). He sees himself more as a landlord than as “*a professor*” (Les Mésanges) of sustainable ecology. He also mentioned that he has another job, farming and doesn't have time to spend it with his guests. In addition, it is estimated that the owner of a gite spends less time with his guests than the owner of a bed and breakfast. The owner of a gite may be in contact with his guests upon their arrival to explain certain things about the gite, whereas the owner of a bed and breakfast usually lives in the same building as his guests and the latter eat the meals prepared by the hosts. A good solution is to put up small signs about sustainable actions that customers can do, such as being careful to turn off the lights when they leave, sorting waste, etc.

By contrast, in the literature review, it has been said that travelers are searching for more information on the subject.

A last insight into their customers is that **customers do not want to sort waste**. One attraction observed that “*sometimes it is necessary to remind it, I don't hide you that even the visitors sometimes they are not very careful*” (Villers abbey). One accommodation explained that “*We take care ourselves to bring it [waste] to the containers because we realized, that guests pay attention for 2 days, 3 days, and by the time they leave, they take the garbage can and they put everything in it because they don't want on their vacation to have to start running around or sorting it*” (Gertrude & Friends).

In conclusion, there are two negative assumptions about customers, namely the unwillingness to be educated during their stay and their indifference to the labels. One observation made is that customers sometimes forget or do not want to sort waste at the tourist site or do not pay attention to it. Five businesses asserted that their customers do not come to their attraction or

accommodation because of its sustainability. One respondent mentioned that half of their customers do not care about sustainable tourism and half really care about it. Three accommodations admitted that some of their customers were interested in sustainable tourism not before they came but during their stay.

6.5. Actual and potential motivations of tourism enterprises to certify Green Key

The purpose of this question is to understand the reasons behind the Green Key certification for tourism businesses. This concerns the five tourism enterprises that are certified Green Key. In addition, motivations of non-labeled companies to obtain this certification are also described. This concerns seven tourism enterprises that showed an interest in the Green Key label. As seen in a previous section, Green Key is an active sustainable tourism label in Belgium. Therefore, it is relevant to include it in our research questions.

6.5.1. Certification within reach

Two certified Green Key were motivated to obtain the label because they already met almost all the criteria. One accommodation stated *“At the beginning it was not clear if we were going to get the label or not. We considered that the criteria of the label were really interesting and then we said to ourselves: well, we have done all the work, why not get the label?”* (Dimensions M).

The conference center/event venue had also this incentive as *“it was already attainable to receive the Green Key label”* (La Ramée). Because the values of the mother company are environmental and human responsibility, the event venue was already in a sustainable tourism approach. Moreover, it was the idea of the host to obtain this certification as he believed that it was achievable to get it.

Two non-labeled tourist accommodations showed an interest in the Green Key label. When asked about their potential motivations to obtain the certification, one respondent replied *“Yes well I think we meet almost all the criteria except mobility. [...] Yes, why not absolutely”* (Indrani Lodge). The other interviewee answered *“Yes, considering the approach we have and what we do, it's not really complicated to get it. [...] Yes, because when I see there is not much effort to make”* (Espaces d'Or). These two establishments did not know the Green Key label before the interview. Moreover, they apply the sustainable tourism approach in all its dimensions.

As a result, a motivational factor to obtain the Green Key label for tourism businesses is that they do not need to make a lot of efforts to be certified since they already have almost all the criteria.

6.5.2. Opportunity to accept EcoCheques as payment

Two Green Key label tourist attractions mentioned the EcoCheques (vouchers to buy green products) as a reason behind the certification. One respondent explained that *“There is an opportunity here, we will not hide it, it is to be able to accept the EcoCheques”* (Adventure Park). The other attraction adds that it is to *“Acquire new customers since we are also recognized in the EcoCheques system”* (Villers abbey).

The first interviewee explained that it was an opportunity because of the large number of EcoCheques that are not used in Belgium. This is good for the business and for their customers who can spend their green vouchers received from their employer to pay for the entrance to the attraction. There are not a *“thousand”* things (Adventure Park) people can buy with their EcoCheques. By allowing this new payment method, their customers can find an additional ‘product’ to spend their green cheques on. Moreover, it is also commercially attractive for the business because by accepting EcoCheques, the enterprise gets a commission on them.

As a result, these two attractions saw an opportunity to attract more customers because by being Green Key certified, they can accept EcoCheques.

6.5.3. Official recognition

Two Green Key labeled tourist attractions identified recognition as an incentive to be certified. One respondent stated that *“a label allows you to have an official recognition”* (Adventure Park). The other tourist site commented *“Yes, but also a recognition of the work already accomplished by the teams to develop the environmental side of the Abbey site”* (Villers abbey). For the first accommodation, it is the Green Key label that officialized and recognized the tourist attraction as sustainable. People can say that they are sustainable, but being certified by a European label gives credibility to that claim.

One accommodation cited the recognition as a motivation to obtain the Green Key label. It explained *“And so having the Green Key label, it is to value what we have done (I do not say to value financially) but it is rather to highlight or to recognize what we have done. It's a recognition of the effort we have made”* (Gîte des Bruyères). One attraction also mentioned the recognition as an incentive to get the Green Key certification.

6.5.4. More visibility

For two respondents from the attractions sector, they were motivated to obtain Green Key certification because of the visibility it will give them. One attraction explains that *“the benefits in terms of visibility of La Ramée are significant”* (La Ramée). The other tourist site adds that it is to *“make itself known”* (Villers abbey). Indeed, articles are published in the press each time new tourist sites or establishments receive the label. In addition, each certified companies is listed on the Green Key website where there is a description of the establishments and where it refers to all the labeled facilities in Belgium.

6.5.5. Clear structure

One Green Key accommodation points out that the reason behind its certification was that *“It was especially to formalize things, it is to organize us to continue in other normal practices of life”* (Dimensions M). Another Green Key conference center/event venue notes that *“It is to say that we are in a responsible approach, but that to have this label, it was necessary to professionalize some aspects”* (La Ramée). One respondent from the accommodation sector mentioned that the motivation for obtaining the Green Key label would be to have clear information on the subject of sustainable development, which will save them time.

6.5.6. Pledge of quality

One respondent of an attraction had quality as an incentive to obtain the Green Key label. He stated, *“And this label really goes in what we want: quality, that's it, we really want”* (Adventure Park). For the interviewee, getting the Green Key certification was a continuation of their search for quality.

In the literature review, quality was found as an advantage of ecolabels. It has been noted that ecolabels allow an improvement of the quality of the tourist product (Dabeva, 2013).

6.5.7. Argument for positive communication and marketing

For the conference center/event venue, the fact that it could do a positive communication and marketing about the label was a motivational factor to obtain Green Key certification. As the respondent expressed *“It could obviously and it is also a hidden purpose to make a positive communication and marketing”* (La Ramée).

6.5.8. Alignment with personal conviction

One Green Key bed and breakfast indicated that the reason for their Green Key certification was because it aligned with their personal conviction. The respondent stated that it is *“Because it fits me and it's what we want. It's what we want in...it's us, it makes sense, it makes sense in our life and in our way of seeing life”* (La Bachée). She added that they try to do the best they can with what they believe in, and that is consistent with Green Key as it pushes homeowners to improve year over year and adopt new sustainable practices to implement.

One gîte indicated that the incentive to obtain the label was that *“it was completely in line with our approach, our philosophy”* (Gertrude & Friends).

6.5.9. Reward for efforts

One tourist site identified that the incentive for obtaining the label was the fact that it was the outcome of their efforts to be sustainable. The respondent confided to us that *“The real motivation is that it was the result of a long process that lasted several years”* (La Ramée).

6.5.10. Pressure on customers to participate in the sustainable approach

One accommodation identified the possibility to put pressure on customers to participate in the sustainable approach as a reason behind their willingness to be Green Key certified. She explained *“Well, we wanted to do it at the beginning because [...] it may also add a little pressure on customers, to say, well, they are Green Key, we must participate in the approach”* (Gertrude & Friends).

6.5.11. Appeal to customers

One respondent from a non-sustainable accommodation stated that he might be willing to go for Green Key certification for the reason that the label would bring him more customers. He commented, *“I think that it is a criterion that will perhaps be able to decide some people to make a choice more towards one than towards the other”* (Les Gîtes du Passavant).

6.5.12. Discussion

After analyzing the motivations of tourism businesses to be Green Key certified, it can be emphasized that attractions have different incentives than accommodations.

Indeed, the main motivation of accommodation is that they meet almost all the criteria. Therefore, the certification is within reach. Other motivations for accommodations are to formalize things and because it makes sense for the owners.

While the main reasons for attractions to obtain the label are to accept EcoCheques, to be recognized as sustainable and to gain visibility, as well as to be seen as qualitative. For the conference center/event venue, it identifies an additional incentive, which is the opportunity for positive communication and marketing. It also views Green Key as a reward for their efforts.

6.6. Conclusion of the findings

Many similarities between the empirical research of this thesis and the literature was found. First of all, the similarity of the most prevalent motivation and obstacle (i.e., lifestyle motivation and financial barrier) can be explained by the fact that 88% of the tourist accommodations in Walloon Brabant are local accommodations such as gites and B&Bs (OwT, 2019 in CGT, 2020-b). These latter can be categorized as microenterprises, as they have only one or two owners/managers without staff. As seen in the literature, microbusinesses are primarily driven by personal reasons and lifestyle. Moreover, microbusinesses have less budget than large companies and have finances as an obstacle.

The differences in motivation between the literature and our research can be justified by the fact that in Belgium and thus in Walloon Brabant, sustainable tourism is a concept that is not yet well established and recognized, and it is not a criterion considered in tourists' choice for an attraction or accommodation. Therefore, there is no competitive advantage that can be identified at this stage. Furthermore, there is an absence of regulations in Belgium for tourism businesses to become more sustainable. Another particularity of tourism in this province is that the management of many tourist attractions is the responsibility of the region, province or municipality, which is why the demand from higher authority was found as a motivation for tourism professionals.

The differences in obstacles between the literature and our research can be explained by the fact that all of our respondents were micro-business owners and were driven by strong personal motives and lifestyle. Therefore, effort was not an obstacle as they view sustainability as a life choice. As stated before, a particularity of Walloon Brabant is that many tourist attractions are managed by superior entities and are also classified sites. Moreover, for these classified sites, administrative stagnation is also an obstacle and is particular to Belgium as it was found that the administration is very slow in our country. A last point is the obstacle of sustainability skeptics, which concerns a rather extreme viewpoint and was not found in previous research.

Motivations	Obstacles/barriers
<p style="text-align: center;">Motivations common to the literature review and companies interviewed</p> <p>Lifestyle Increasing customer awareness Ethical stance of the company Marketing advantage or enhanced image Costs savings</p> <p style="text-align: center;">Motivations mentioned in the literature review and not mentioned by the respondents of this study</p> <p>Competitive advantage Under pressure from regulations</p> <p style="text-align: center;">Motivations mentioned by the respondents of this study and not mentioned in the literature review</p> <p>Demand from higher authority</p>	<p style="text-align: center;">Obstacles common to the literature review and companies interviewed</p> <p>High investment costs involved Limited business resources Infrastructure - Poor waste separation and recycling facilities - Underdeveloped public transport network Time Concern on the lack of continuous economic viability Lack of knowledge or information Poor understanding of the concept of sustainable tourism Lack of consumer demand</p> <p style="text-align: center;">Obstacles mentioned in the literature review and not mentioned by the respondents of this study</p> <p>Effort Absence of appropriate support system</p> <p style="text-align: center;">Obstacles mentioned by the respondents of this study and not mentioned in the literature review</p> <p>Administrative stagnation Classified site Sustainability skeptics</p>

Table 3. Synthesis of motivations, obstacles/barriers to develop sustainable tourism

CONCLUSION

In this final chapter of the thesis, we set out the main results obtained followed by recommendations to the tourism authorities and tourism businesses. Finally, we conclude by presenting the limitations of this study and suggest avenues for future studies.

7.1. Objectives and results of the work

The objective of this thesis was to analyze the view of businesses in the tourism sector with respect to sustainable tourism. To achieve this, we tried to understand the motivations that these companies may have to develop sustainable tourism. We also wanted to understand what obstacles they have encountered in developing sustainable tourism as well as to highlight ways to overcome the obstacles. In addition, we tried to gain insight into the customers of tourism businesses and to understand the motivations these enterprises may have to become Green Key certified.

In order to do this, we looked at eighteen tourism businesses including six attractions, eleven accommodations and one event venue, as these are the types of tourism businesses that Green Key, the reference for sustainable tourism in Belgium, certifies.

To carry out our analysis, we divided this work into two parts, the literature review and an exploratory analysis investigating tourism and sustainable tourism in Walloon Brabant, as well as interviews with eighteen tourism companies. The literature review was written on the basis of our extensive research in the academic literature. It allowed us to highlight key concepts and to understand the dimensions of sustainable tourism. In the second part, we conducted our exploratory analysis through semi-structured interviews with tourism professionals (in the case of attractions and event venues) or a manager/owner (in the case of accommodations) of eighteen tourism businesses.

At the end of this work, we were able to highlight different motivations and obstacles of tourism companies in Walloon Brabant with regard to sustainable tourism and also in particular with regard to the Green Key certification, as well as ways to overcome the obstacles.

First of all, we can underline that the majority of the companies interviewed were receptive to sustainable tourism and that almost all of them were already in a sustainable tourism approach. Not counting the companies already certified as sustainable tourism by Green Key, four attractions were already in the process of moving towards sustainable tourism and six

accommodations had already designed their sustainable tourism project. One non-sustainable accommodation has plans to become sustainable. For another non-sustainable, the barriers seem stronger than the motivations preventing the tourism business to develop sustainable tourism. However, one non-sustainable accommodation does not intend to adopt sustainable tourism as she do not believe in it.

We were able to highlight that small accommodations such as small hotels, B&B's, and gites tend to be motivated by the same incentive, namely lifestyle. By contrast, attractions and the event venue are motivated by the ethical stance of the organization, growing customer awareness, marketing advantage and their image. However, obstacles can stand in the way of these tourism businesses preventing or slowing them down in developing their sustainable activity. The main obstacle we were able to identify is the high investment costs. For those attractions or accommodations whose buildings or area classified, an obstacle is administrative stagnation or simply the fact that the classified site constitutes a barrier. Moreover, two tourist sites are blocked in their desire to be sustainable because of insufficient infrastructure. An important barrier that the non-sustainable accommodation pointed out is the lack of information or expertise on the subject of sustainable tourism, which prevents them from adopting a sustainable tourism approach.

Following the obstacles identified by the tourism businesses, we were able to find ways to overcome these obstacles. Most of the practices consist in seeking the help of an external actor such as the Gîte de Wallonie to maintain the activity on the long term and to overcome the lack of expertise and the Green Key label to overcome the lack of information and time. Subsidies from the public authority were also mentioned as a way to help them overcome the financial barrier.

Customer attitudes towards sustainable tourism were examined in order to gain insight into the demand side and whether there is an opportunity for businesses to engage in sustainability. It appears to be highly variable, with some guests being interested in the sustainable approach of their hosts, while others are indifferent or unwilling to make any effort during their vacation.

Finally, we were also able to highlight that the reason behind the certification of tourism businesses for the Green Key label was that they met almost all the criteria. To this, we can add that the companies motivated to become certified have the same motivation as the already certified enterprises. Other common incentives was being officially recognized and gaining visibility.

To conclude, small businesses in the tourism industry appear to be willing to make a transition toward greener practices. They could be even more inclined to consider that if informed correctly and encouraged by public authorities. Moreover, because the beliefs of individuals have an enormous incidence on the business they are running, a large-scale shift in the tourism industry toward sustainability can only be possible if there is an increased general awareness toward sustainability problems. This is expected to happen in the years to come.

7.2. Recommendations

At the end of our work, we would like to share some recommendations, both with the tourism authorities as well as with the tourism companies. Indeed, the participation of all relevant stakeholders is a requisite for sustainable tourism development. We believe that the province can do more to help businesses become more sustainable, as well as reach tourists on the matter. We therefore propose some recommendations to the tourism bodies and the actors of the tourist offer.

Recommendations for the tourism bodies

To help tourism businesses overcome the most common barrier, the financial aspect, we recommend offering subsidies or cashback incentives to tourism companies that take actions to make their building and business more sustainable. For example, subsidies to cover part of the expenses for solar panels or the installation of a renewable heating system.

In order to mitigate the sustainability skeptics barrier, we recommend imposing regulations on tourism companies such as environmental requirements or limitation of the water and energy consumption of the tourist activity. This way, sustainability skeptics that are owners of tourist establishments are obliged to take actions towards sustainability even if they do not believe in this “trend”.

The recommendation we can give to the Tourism Federation of the Province of Walloon Brabant in order to support tourism businesses offset the lack of knowledge is to communicate more about what sustainable tourism is, because it is not clear to everyone (tourists and tourism companies) what this term consists of, and to put the emphasis in their communication on sustainable tourist attractions, accommodations, event venues, etc. For example, give trainings on how to become sustainable for a tourism business. We also recommend linking sustainable or certified tourism businesses with businesses that are planning to become sustainable to help each other. Another recommendation would be to educate tourists about sustainability. One

way to do this is, for example, to send a brochure on sustainable tourism to the mailboxes of Belgian residents, explaining the concept and the actions tourists can take to make their travel more sustainable, along with a list of sustainable tourist attractions and accommodations. Indeed, because of Covid, tourists in Walloon Brabant are mainly Belgian and local tourism is favored.

Finally, in order to help tourism businesses manage the lack of time, we recommend that free advisors be made available to accompany the sustainable projects of tourism businesses (independent of the Green Key label). They can go on site and meet with the owners or managers. The purpose would be to ascertain the situation and make a detailed analysis of the possible practices to implement to be more sustainable. Furthermore, in order to assist tourism companies get out of the administrative stagnation, we recommend assigning an advisor to help them in their administrative procedures and facilitate/accelerate their sustainable tourism projects as it is for the good of the planet and the communities.

Recommendation for the tourism businesses

A first recommendation, which we can give to all companies wanting to engage in sustainable tourism is to take the time to browse the Green Key website, which is a free website, not necessarily to get certified but to have a better idea of what sustainable tourism is. As a reminder, the Green Key label is an international label and the reference in sustainable tourism (covering the three pillars) in Belgium. It is managed by the Inter-Environnement Wallonia federation and has the support of public authorities, such as the CGT and Wallonia. This will allow them to evaluate more correctly the extent of the criteria to be achieved and actions they can undertake to become sustainable. Perhaps they will see that there are sustainable practices that they would never have thought of.

A second piece of advice we can give to all businesses interested in sustainable tourism is not to do it for the money. It must resonate with them, they must be willing to invest time and money, and they must be convinced that it is something important to do.

The third thing we would recommend is to give themselves time, budget their project, and be well informed. It is not something that can be done quickly and alone. It is important to surround themselves with experts, to get help, for example to contact an establishment that is already sustainable in order to share its experience.

A last recommendation is, after careful consideration of their project, to start small by sorting waste, composting, replacing all lamps with low-energy lamps (therefore the easiest and least expensive sustainable practices) and then several years after the beginning of their activity to install solar panels, establish a geothermal heating network, etc. (which requires a much larger budget). It is important not to want to do everything at once in the beginning because if they want to do everything at once, it must be very expensive.

In any case, we recommend that companies keep the Green Key certification in their minds (which is the only recognized sustainable tourism quality label in Belgium), because the number of Green Key certified tourism businesses in Belgium, which currently stands at 249, of which 9 are in Walloon Brabant, will gradually increase and the label will become more and more popular. Beyond the label, sustainable tourism will become more and more important and unsustainable businesses will disappear in favor of more sustainable ones. It is time to make this transition to sustainability because our planet is increasingly damaged.

7.3. Limitations and future research directions

The first limitation comes from our sample. Indeed, the sample size could have been larger. We interviewed eighteen companies. A larger sample would have undoubtedly allowed us to reinforce certain trends in our results.

A second element related to our sample, which we feel is important to mention is the small number of companies that agreed to participate in this study. Indeed, a greater diversity in the type of tourism businesses (such as restaurants and hotels) would have given a better representation of the tourism sector. A first hypothesis is that few businesses knew what sustainable tourism was. A second hypothesis is that restaurants and some attractions do not consider themselves as tourism.

A third element related to our sample, is the lack of awareness of sustainable practices that tourism businesses can undertake depending on whether it is an attraction, event venue, restaurant or accommodation. The most basic ones are sorting waste, having a good insulation, installing solar panels and proposing local products/food.

A last limitation is related to our fourth research question about customers' attitudes towards sustainable tourism. This concerns only the opinion of the tourism sector on their guests and therefore do not provide a good representativity of the customers.

A suggestion for future studies is to question the three stakeholders of the tourism sector, which are tourists, private actors (attractions, hoteliers and restaurant owners), and public actors (tourism offices and the CGT) about sustainable tourism. As a reminder, the participation of all stakeholders in the development of sustainable tourism is essential to be effective. We propose three different ways to explore the point of view of these three stakeholders.

The tourists

Due to covid, tourists visiting Belgium are mainly Belgian residents. We suggest to do a quantitative study to reach a great number of people and to collect their opinion on sustainable tourism. Questions such as their intention to travel more sustainably, their intention to choose sustainable tourism companies over unsustainable tourism businesses, etc. could be valuable.

The private actors

In order to have a larger number of respondents, a greater diversity and a better representativeness of the tourism sector, we advise to also carry out a quantitative study by sending an online questionnaire to all attractions, accommodations and restaurants in Belgium to identify their motivations, barriers and what they would need to overcome these obstacles with regards to sustainable tourism. To be the most representative of the sector, the ideal would be to have a response rate of at least 70%.

The public actors

We suggest to conduct interviews with all the provincial tourism federations in Belgium and the Commissariat général au Tourisme to find out what they are putting in place to make sustainable tourism more popular and adopted in the country.

I hope that this report will allow the various professionals who work for the development of sustainable tourism to have a deeper insight into the motivations and barriers of tourism businesses to develop sustainable tourism, and with part of our recommendations, to have ideas for actions to encourage all tourism companies to make the transition towards sustainable tourism in the province. The objective is that one day tourism will become completely sustainable, for the well-being of local communities and the preservation of our environment. May this thesis, through the research of the motivations and the obstacles of the tourist companies as for the development of sustainable tourism allow to take a step further in the right direction on the path of sustainable tourism.

REFERENCES

- Access-i. (2017). *Le portail d'information sur l'accessibilité*. Retrieved May 18, 2021, from <https://access-i.be/a-propos>
- Andereck, K. L. (1993). The impacts of tourism on natural resources. *Parks & Recreation (Arlington)*, 28(6), 26-86.
- Archer, B., Cooper, C., & Ruhanen, L. (2005). The positive and negative impacts of tourism. *Global tourism*, 3, 79-102.
- Ateljevic, I., & Doorne, S. (2000). 'Staying within the fence': Lifestyle entrepreneurship in tourism. *Journal of sustainable tourism*, 8(5), 378-392. <https://doi.org/10.1080/09669580008667374>
- ATOOUT FRANCE – Altéa. (2009). *Demande des clientèles en tourisme durable : enquête qualitative*.
- ATOOUT FRANCE. (2011). *Tourisme et développement durable*. ATOOUT FRANCE.
- Aware Impact. (2019, November 8). *10 Negative Effects of Tourism You Should Know About*. Aware Impact. Retrieved January 24, 2021, from <https://awareimpact.com/negative-effects-of-tourism/>
- Ayuso, S. (2006). Adoption of voluntary environmental tools for sustainable tourism: Analysing the experience of Spanish hotels. *Corporate social responsibility and environmental management*, 13(4), 207-220. <https://doi.org/10.1002/csr.103>
- Ayuso, S. (2007). Comparing voluntary policy instruments for sustainable tourism: The experience of the Spanish hotel sector. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 144-159. <https://doi.org/10.2167/jost617.0>
- Barrow, C., & Burnett, A. (1990). *How Green are Small Companies?: a Survey by Cranfield School of Management*. Cranfield School of Management. <http://hdl.handle.net/10068/520341>
- Becken, S. (2002). Analysing international tourist flows to estimate energy use associated with air travel. *Journal of sustainable tourism*, 10(2), 114-131. <https://doi.org/10.1080/09669580208667157>
- Becken, S., & Simmons, D. G. (2002). Understanding energy consumption patterns of tourist attractions and activities in New Zealand. *Tourism management*, 23(4), 343-354. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00091-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00091-7)
- Berry, S., & Ladkin, A. (1997). Sustainable tourism: A regional perspective. *Tourism Management*, 18(7), 433-440. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(97\)00053-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(97)00053-8)
- Bookbinder, M. P., Dinerstein, E., Rijal, A., Cauley, H., & Rajouria, A. (1998). Ecotourism's support of biodiversity conservation. *Conservation Biology*, 12(6), 1399-1404. <https://doi.org/10.1111/j.1523-1739.1998.97229.x>

- Booking.com. (2016, May 9). *Sustainable travel in 2016*. Retrieved August 1, 2021, from <https://news.booking.com/sustainable-travel-2016/>.
- Booking.com. (2018, April 17). *Where sustainable travel is headed in 2018*. Retrieved August 1, 2021, from <https://globalnews.booking.com/where-sustainable-travel-is-headed-in-2018/>
- Booking.com. (2021). *Sustainable travel report 2021*.
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable tourism: An evolving global approach. *Journal of sustainable tourism*, 1(1), 1-5. <https://doi.org/10.1080/09669589309450696>
- Bramwell, B., & Lane, B. (2000). Collaboration and partnerships in tourism planning. *Tourism collaboration and partnerships: Politics, practice and sustainability*, 2, 1-19.
- Bramwell, B. & Alletorp, L. (2001). Attitudes in the Danish Tourism Industry to the Roles of Business and Government in Sustainable Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 3(2), 91-103. <https://doi.org/10.1002/jtr.242>
- Bressan, A., & Pedrini, M. (2020). Exploring sustainable-oriented innovation within micro and small tourism firms. *Tourism Planning & Development*, 17(5), 497-514. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1673810>
- Brown, K., Turner, R. K., Hameed, H., & Bateman, I. (1997). Environmental carrying capacity and tourism development in the Maldives and Nepal. *Environmental Conservation*, 24(4) 316-325. <https://www.jstor.org/stable/44521790>
- Buckley, R. (2001). Environmental impacts. *The encyclopedia of ecotourism*, 379-394.
- Buckley, R. (2002). Tourism ecolabels. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 183-208. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00035-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00035-4)
- Butler, R. W. (1999). Tourism-an evolutionary perspective. *DEPARTMENT OF GEOGRAPHY PUBLICATION SERIES-UNIVERSITY OF WATERLOO*, 52, 33-62.
- BVA - Ministère en charge du Tourisme. (2007). *Intentions de départ des français en été 2007*.
- Camilleri, M. A. (2018). *Tourism Planning and Destination Marketing*. Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-291-220181014>
- Carlsen, J., Getz, D., & Ali-Knight, J. (2001). The environmental attitudes and practices of family businesses in the rural tourism and hospitality sectors. *Journal of sustainable tourism*, 9(4), 281-297. <https://doi.org/10.1080/09669580108667403>
- Carlsen, J., Morrison, A., & Weber, P. (2008). Lifestyle oriented small tourism firms. *Tourism Recreation Research*, 33(3), 255-263. <https://doi.org/10.1080/02508281.2008.11081549>
- Carter, S. J., Ball, D. F., Baron, P. J., & Elliott, D. (1995). Environmental auditing: management strategy. *Business Strategy and the Environment*, 4(2), 86-94. <https://doi.org/10.1002/bse.3280040205>
- Cater, E. (1993). Ecotourism in the third world: Problems for sustainable tourism development. *Tourism management*, 14(2), 85-90. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(93\)90040-R](https://doi.org/10.1016/0261-5177(93)90040-R)

- CGT. (n.d.). *La structure du tourisme en Wallonie*. Wallonie tourisme CGT. Retrieved May 2, 2021, from <https://www.tourismewallonie.be/structure-du-tourisme-en-wallonie>
- CGT. (n.d.). *Qui sommes-nous?*. Wallonie tourisme CGT. Retrieved May 9, 2021, from <http://cgt.tourismewallonie.djm.eu/qui-sommes-nous>
- CGT. (2020-a). *La Wallonie touristiques en chiffres, données 2019*.
- CGT. (2020-b). *Brabant-Wallon, le tourisme en 2019*.
- CGT. (2020-c). *Rapport d'activités, 2019 | Ensemble, développons un tourisme de qualité*.
- CGT. (2021, February). *Le Label "Bienvenue Vélo"*. Retrieved June 7, 2021, from cgt_liste_labellises_bienvenue-velo_02-2021.pdf (tourismewallonie.be)
- Clef Verte. (2021). *Grille de critères 2021 Gîtes et Meublés Chambres d'hôtes*.
- Cobbinah, P. B. (2015). Contextualising the meaning of ecotourism. *Tourism Management Perspectives*, 16, 179-189. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.07.015>
- Cooper, C. (2008). *Tourism: Principles and practice*. London : Pearson Education.
- Crawford-Welch, S., & McCleary, K. W. (1992). An identification of the subject areas and research techniques used in five hospitality-related journals. *International Journal of Hospitality Management*, 11(2), 155-167. [https://doi.org/10.1016/0278-4319\(92\)90008-J](https://doi.org/10.1016/0278-4319(92)90008-J)
- Cunha, C., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems?. *Journal of hospitality and tourism management*, 44, 215-226. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.007>
- Dabeva, T. (2013, October). The role of international eco certification system in the hotel industry. *Proceedings of the Sixth Black Sea Tourism Forum*, 149-160.
- Daddi, T., Ceglia, D., Bianchi, G., & de Barcellos, M. D. (2019). Paradoxical tensions and corporate sustainability: A focus on circular economy business cases. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(4), 770-780. <https://doi.org/10.1002/csr.1719>
- Dann, G., Nash, D., & Pearce, P. (1988). Methodology in tourism research. *Annals of tourism research*, 15(1), 1-28. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90068-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90068-0)
- Das, M., & Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A panacea or a predicament?. *Tourism management perspectives*, 14, 3-16. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.01.002>
- De Beer, H., & De Myttenaere, B. (2016). 2017, année internationale du tourisme durable. En Wallonie aussi? *Les Cahiers du Tourisme*. <https://luck.synhera.be/handle/123456789/303>
- Decrop, A. (1999). Qualitative research methods for the study of tourist behavior. *Consumer behavior in travel and tourism*, 335-365.

- Denman, R. (2001). *Guidelines for community-based ecotourism development*. Gland: WWF International.
- De Paola, F. (2018, January 29). *Le tourisme responsable intéresse les Français*. L’Echo Touristique. Retrieved July 31, 2021, from <https://www.lechotouristique.com/article/le-tourisme-responsable-interesse-les-francais>
- Dewhurst, H., & Thomas, R. (2003). Encouraging sustainable business practices in a non-regulatory environment: A case study of small tourism firms in a UK national park. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(5), 383-403. <https://doi.org/10.1080/09669580308667212>
- Dinan, C., & Sargeant, A. (2000). Social marketing and sustainable tourism—is there a match?. *International Journal of Tourism Research*, 2(1), 1-14. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1522-1970\(200001/02\)2:1%3C1::AID-JTR178%3E3.0.CO;2-5](https://doi.org/10.1002/(SICI)1522-1970(200001/02)2:1%3C1::AID-JTR178%3E3.0.CO;2-5)
- Dodds, R., & Holmes, M. R. (2011). Sustainability in Canadian B&Bs: comparing the east versus west. *International Journal of Tourism Research*, 13(5), 482-495. <https://doi.org/10.1002/jtr.822>
- Dolnicar, S., Crouch, G. I., & Long, P. (2008). Environment-friendly tourists: what do we really know about them?. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 197-210. <https://doi.org/10.2167/jost738.0>
- Duglio, S. & Beltramo R. (2014). Quality assessment in the Italian mountain huts. *European Journal of Tourism Research*, 8(1), 115-142. <https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/view/154>
- Edenred Belgium. (2020). *Le label « Clé Verte » (Green Key), la clé pour un tourisme plus vert!* Ticket Ecochèque Edenred. Retrieved May 2, from <https://iloveticketecocheque.edenred.be/fr/news/le-label-cle-verte-green-key-la-cle-pour-un-tourisme-plus-vert/>
- Eiseman, D. (2018). Marketing Sustainable Tourism: Principles and Practice. *In Tourism Planning and Destination Marketing*. Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-291-220181006>
- Esparon, M., Gyuris, E., & Stoeckl, N. (2014). Does ECO certification deliver benefits? An empirical investigation of visitors’ perceptions of the importance of ECO certification's attributes and of operators’ performance. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1), 148-169. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.802325>
- Eurobaromètre – Commission européenne (2008), *Attitudes des citoyens européens vis-à-vis de l’environnement*.

- Fédération et Maison du Tourisme du Brabant wallon. (2020, November 17). *Labels. Destination Brabant wallon*. Retrieved April 17, 2021, from <https://www.destinationbw.be/labels/>
- FEE. (n.d.). *Green Key — Our history*. Green Key. Retrieved May 18, 2021, from <https://www.greenkey.global/history>
- FEE. (n.d.). *Green Key — Why Green Key?*. Green Key. Retrieved May 18, 2021, from <https://www.greenkey.global/why-green-key>
- Fennell, D. A. (2008). *Ecotourism* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203939581>
- Font, X. (2002). Environmental certification in tourism and hospitality: progress, process and prospects. *Tourism Management*, 23(3), 197-205. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00084-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00084-X)
- Font, X., Garay, L., & Jones, S. (2016). Sustainability motivations and practices in small tourism enterprises in European protected areas. *Journal of Cleaner production*, 137, 1439-1448. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.01.071>
- Font, X., & McCabe, S. (2017). Sustainability and marketing in tourism: its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 869-883. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1301721>
- Forsyth, T. (1995). Business attitudes to sustainable tourism: Self-regulation in the UK outgoing tourism industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(4), 210-231. <https://doi.org/10.1080/09669589509510727>
- Fotiadis, A. K., Vassiliadis, C. A., & Rekleitis, P. D. (2013). Constraints and benefits of sustainable development: a case study based on the perceptions of small-hotel entrepreneurs in Greece. *Anatolia*, 24(2), 144-161. <https://doi.org/10.1080/13032917.2012.741049>
- Fotiadis, A. K., & Vassiliadis, C. (2015). A comparative study of sustainable development in small and medium tourist hotel industry from Pieria (Greece) and Taiwan. *ENLIGHTENING TOURISM. A PATHMAKING JOURNAL*, 5(2), 155-179. <http://dx.doi.org/10.33776/et.v5i2.2718>
- Foundation for Environmental Education. (n.d.). *Green Key — Green Key programme*. Green Key. Retrieved May 18, 2021, from <https://www.greenkey.global/our-programme>
- François-Lecompte, A., Prim-Allaz, I., & Durif, F. (2013). Le tourisme durable: les sept clés du succès. *Gestion*, 38(3), 84-96. <https://doi.org/10.3917/riges.383.0084>
- Fritsch, A., & Johannsen, K. (2004). *Ecotourism in Appalachia: Marketing the Mountains*. University Press of Kentucky.
- Garg, P., & Pandey, A. (2020). Towards sustainable tourism: an empirical investigation. *Foresight*, 23(2), 188-200. <https://doi.org/10.1108/FS-04-2020-0042>

- Gavard-Perret M.-L., Gotteland D., Haon C., Jolibert A., (2008), *Méthodologie de la recherche*, Pearson Education.
- Geffroy, B., Samia, D. S., Bessa, E., & Blumstein, D. T. (2015). How nature-based tourism might increase prey vulnerability to predators. *Trends in Ecology & Evolution*, 30(12), 755-765. <https://doi.org/10.1016/j.tree.2015.09.010>
- González A., Fosse, J. and Santos-Lacueva, R. (2018). Urban tourism policy and sustainability. The integration of sustainability in tourism policy of major European cities. Barcelona.
- Ghosh, P., & Ghosh, A. (2019). Is ecotourism a panacea? Political ecology perspectives from the Sundarban Biosphere Reserve, India. *GeoJournal*. <https://doi.org/10.1007/s10708-018-9862-7>
- Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global environmental change*, 12(4), 283-302. [https://doi.org/10.1016/S0959-3780\(02\)00044-4](https://doi.org/10.1016/S0959-3780(02)00044-4)
- Green Key & IEW. (n.d.-a). *Critères et coûts*. Retrieved May 2, 2021, from <https://www.green-key.be/a-propos-green-key/criteres-et-couts>
- Green Key & IEW. (n.d.-b). *Montant des cotisations annuelles Clé Verte/ Green Key*. Retrieved May 29, 2021, from https://www.goodplanet.be/docs/green-key/08_montant_cotisations_wallonie.pdf
- Hall, C. M. (2008). *Tourism planning : Policies, processes and relationships*. London : Pearson Education.
- Halme M, Fadeeva Z. 2001. Networking toward sustainability – value added?: findings from tourism networks. In *Ahead of the Curve: Cases of Innovation in Environmental Management*, Green K, Groenewegen P, Hofman PS (eds). Kluwer: Dordrecht; 143–163.
- Hendry C. 1992. *A Survey of Environmental Pressures on Small and Medium-Sized Businesses in the Eastern Region*. Cambridge Programme for Industry: Cambridge.
- Hennuy, J. (2020, January 9). *Bilan 2019 globalement positif pour le tourisme en Brabant wallon*. RTBF Info. Retrieved May 2, 2021, from https://www.rtbf.be/info/regions/detail_bilan-2019-globalement-positif-pour-le-tourisme-en-brabant-wallon?id=10403822
- Higham, J., & Lück, M. (2007). Ecotourism: Pondering the paradoxes. *Critical issues in ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon*, 117-135.
- Hillary, R. (1995). *Small Firms and the Environment: a Groundwork Status Report*. Groundwork: Birmingham
- Holland, L., & Gibbon, J. (1997). SMEs in the metal manufacturing, construction and contracting service sectors: environmental awareness and actions. *Eco-Management and Auditing*, 4(1), 7-14. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0925\(199703\)4:1%3C7::AID-EMA58%3E3.0.CO;2-9](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0925(199703)4:1%3C7::AID-EMA58%3E3.0.CO;2-9)

- Holloway, J. C., & Taylor, N. (2006). *The Business of Tourism*. London : Pearson Education.
- Horobin, H., & Long, J. (1996). Sustainable tourism: the role of the small firm. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(5), 15-19. <https://doi.org/10.1108/09596119610126103>
- Hultman, J., & Säwe, F. (2016). Absence and presence of social complexity in the marketization of sustainable tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111, 327-335. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.11.053>
- Information Brochure, Mangrove forest division (WL), Rajnagar, Kendrapara, Odisha
- Inter-Environnement Wallonie. (2018, February 1). *Clé Verte : porte d'entrée du tourisme durable en Wallonie*. Inter-Environnement Wallonie - IEW. Retrieved May 18, 2021, from <https://www.iew.be/cle-verte-porte-d-entree-du-tourisme-durable-en-wallonie/>
- Inter-Environnement Wallonie. (2020, December). *Clé Verte – Hôtels Manuel explicatif pour les critères*. Retrieved May 1, 2021, from https://www.iew.be/wp-content/uploads/2020/12/manuel_explicatif_HotelsAJ_2016-2020_-_final.pdf
- International Ecotourism Society. (2000). Ecotourism statistical fact sheet. *The International Ecotourism Society*.
- Jack, S. L., & Anderson, A. R. (2002). The effects of embeddedness on the entrepreneurial process. *Journal of business Venturing*, 17(5), 467-487. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(01\)00076-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00076-3)
- Jafari, J. (2002). *Encyclopedia of tourism*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203195673>
- Jaouen, A., & Lasch, F. (2015). A new typology of micro-firm owner-managers. *International Small Business Journal*, 33(4), 397-421. <https://doi.org/10.1177%2F0266242613498789>
- Kelly, J., & Williams, P. W. (2007). Modelling tourism destination energy consumption and greenhouse gas emissions: Whistler, British Columbia, Canada. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(1), 67-90. <https://doi.org/10.2167/jost609.0>
- Khalina, E. V., Solovjova, J. N., Yuldasheva, O. U., & Pogrebova, O. A. (2017). Values of sustainable development in consumer behavior: Case of Russia. *Revista ESPACIOS*, 38(54).
- Khatter, A., White, L., Pyke, J. and McGrath, M. (2021). "Barriers and drivers of environmental sustainability: Australian hotels". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(5), 1830-1849. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2020-0929>
- Kim, Y. J., Kim, W. G., Choi, H. M., & Phetvaroon, K. (2019). The effect of green human resource management on hotel employees' eco-friendly behavior and environmental performance. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 83-93. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.04.007>

- La Lopa, J., & Day, J. (2011). Pilot study to assess the readiness of the tourism industry in Wales to change to sustainable tourism business practices. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18(1), 130-139. <https://doi.org/10.1375/jhtm.18.1.130>
- Lane, B. (1994). Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation. *Journal of sustainable tourism*, 2(1-2), 102-111. <https://doi.org/10.1080/09669589409510680>
- Lansing, P., & De Vries, P. (2007). Sustainable tourism: ethical alternative or marketing ploy?. *Journal of Business Ethics*, 72(1), 77. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9157-7>
- Lashley, C., & Rowson, B. (2010). Lifestyle businesses: Insights into Blackpool's hotel sector. *International Journal of Hospitality Management*, 29(3), 511-519. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.027>
- Lee, S. M., Noh, Y., Choi, D., & Rha, J. S. (2017). Environmental policy performances for sustainable development: from the perspective of ISO 14001 certification. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(2), 108-120. <https://doi.org/10.1002/csr.1395>
- Liburd, J. J., & Edwards, D. (2010). *Understanding the Sustainable Development of Tourism*. Goodfellow.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of sustainable tourism*, 11(6), 459-475. <https://doi.org/10.1080/09669580308667216>
- López-Sánchez, Y., & Pulido-Fernández, J. I. (2016). In search of the pro-sustainable tourist: A segmentation based on the tourist “sustainable intelligence”. *Tourism Management Perspectives*, 17, 59-71. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.003>
- Manente, M., Minghetti, V., & Mingotto, E. (2014). *Responsible Tourism and CSR*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-06308-9>
- Masset, J., & DECROP, A. (2019). Techniques de collecte de données qualitatives. In C. Clergeau, & N. Peypoch (Eds.), *La recherche en Management du Tourisme* (pp. 139)
- McKinsey & Company and World Travel & Tourism Council (2017, December), *Coping with Success: Managing Overcrowding in Tourism Destinations*.
- McLaren, D. (2003). *Rethinking Tourism and Ecotravel* (2nd ed.). Kumarian Press.
- Martínez, P., Herrero, Á., & Gómez-López, R. (2019). Corporate images and customer behavioral intentions in an environmentally certified context: Promoting environmental sustainability in the hospitality industry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(6), 1382-1391. <https://doi.org/10.1002/csr.1754>
- Middleton, V. T. C., & Hawkins, R. (1993). Practical environmental policies in travel and tourism-part 1: the hotel sector. *Travel & Tourism Analyst*, (6), 63-76.
- Middleton, V. T., & Hawkins, R. (1998). *Sustainable tourism: A marketing perspective*. Routledge.

- Midgett, C., Deale, C. S., Crawford, A., Weber, M., & Bendickson, J. (2020). A cross-case analysis of barriers to sustainability in small tourism accommodation enterprises in Dare County, North Carolina. *Tourism and Hospitality Research*, 20(2), 144-156. <http://doi.org/10.1177/1467358419831425>
- Mihalič, T. (2000). Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness. *Tourism management*, 21(1), 65-78. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00096-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00096-5)
- Morrison, A. (2002). Small hospitality businesses: enduring or endangered?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9(1), 1-12.
- Musée Wellington. (2020). *Welcome to the Wellington museum*. Retrieved June 7, 2021, from <https://www.museewellington.be/?lang=en>
- Musée Wellington (2020). *History of the building*. Retrieved June 7, 2021, from [History of the building - Musée Wellington \(museewellington.be\)](https://www.museewellington.be/history-of-the-building)
- Niedziółka, I. (2014). Sustainable tourism development. *Regional formation and development studies*, 8(3), 157-166.
- OCDE & UNEP (2011). *Climate Change and Tourism Policy in OECD Countries*, OECD Studies on Tourism, Éditions OCDE, Paris. <https://doi.org/10.1787/9789264119598-en>.
- OCDE (2018), « Analysing megatrends to better shape the future of tourism », *OECD Tourism Papers*, n° 2018/02, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/d465eb68-en>.
- OECD (2020). *OECD Tourism Trends and Policies 2020*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>.
- Orams, M. B. (1995). Towards a more desirable form of ecotourism. *Tourism management*, 16(1), 3-8. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)00001-Q](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)00001-Q)
- Patton, D., & Baron, P. J. (1995). Factors influencing companies' response to environmental responsibility. *Eco-Management and Auditing: The Journal of Corporate Environmental Management*, 2(1), 41-46. <https://doi.org/10.1002/ema.204>
- Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., Eijelaar, E., Hartman, S., Heslinga, J., Isaac, R., Mitas, O., Moretti, S., Nawijn, J., Papp, B. and Postma, A., (2018), Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels
- Pigram, J. J., & Wahab, S. (1997). *Tourism, Development and Growth: The Challenge of Sustainability*. Routledge.
- Plüss, C., Zotz, A., Monshausen, A., & Kühhas, C. (2012). Sustainability in tourism. A guide through the label jungle. *Naturefriends International: Vienna, Austria*.

- Postma, A., Cavagnaro, E., and Spruyt, E., (2017), Sustainable tourism 2040, *Journal of Tourism Futures*, 3(1), 13-22, Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/JTF-10-2015-0046>
- Prosser, R. (1994). *Societal change and growth in alternative tourism*. John Wiley & Sons.
- Ramírez, F., & Santana, J. (2018). *Environmental Education and Ecotourism*. Springer.
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-01968-6>
- Rédaction Paris Match Belgique. (2020, February 18). *Clé verte, un label pour un tourisme durable*. Parismatch. Retrieved May 18, 2021, from
<https://parismatch.be/lifestyle/voyages/371722/cle-verte-un-label-pour-un-tourisme-durable>
- Riley, R. W., & Love, L. L. (2000). The state of qualitative tourism research. *Annals of tourism research*, 27(1), 164-187. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00068-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00068-7)
- Rowe, J., & Enticott, R. (1998). The role of local authorities in improving the environmental management of SMEs: some observations from partnership programmes in the west of England. *Eco-Management and Auditing*, 5(2), 75-87.
[https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0925\(199807\)5:2%3C75::AID-EMA81%3E3.0.CO;2-G](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0925(199807)5:2%3C75::AID-EMA81%3E3.0.CO;2-G)
- Sadeghian, M. M. (2019). Negative environmental impacts of tourism, a brief review. *J. Nov. Appl. Sci*, 8, 71-76.
- Sasidharan, V., Sirakaya, E. & Kerstetter, D. (2002). Developing countries and tourism ecolabels. *Tourism Management*, 23(2), 161-174. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00047-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00047-4)
- Schaper, M., & Carlsen, J. (2013). Overcoming the green gap: improving the environmental performance of small tourism firms in Western Australia. In *Small Firms in Tourism* (pp. 207-224). Routledge.
- Scott, D., Amelung, B., Ceron, J. P., Dubois, G., Gössling, S., Peeters, P., & Simpson, M. C. (2008). *Climate change and tourism: Responding to global challenges*. UNWTO, UNEP and WMO.
- Shrivastava, P., & Kennelly, J. J. (2013). Sustainability and place-based enterprise. *Organization & Environment*, 26(1), 83-101.
<https://doi.org/10.1177%2F1086026612475068>
- Simpson, M. C., Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M., & Gladin, E. (2008). *Climate change adaptation and mitigation in the tourism sector: frameworks, tools and practices*. United Nations Environment Programme (UNEP).
- Singh, J. (2010). *Ecotourism*. I.K. International Publishing House, New Delhi
- Sofres, T. N. (2004). *Responsible travel survey results*.

- Spaey, M. (2017, December). *Tourisme durable, une opportunité pour la Wallonie*. Fédération Inter-Environnement Wallonie.
- Stabler, M. J., & Goodall, B. (1997). Environmental awareness, action and performance in the Guernsey hospitality sector. *Tourism Management*, 18(1), 19-33. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00095-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00095-7)
- Statbel. (2020, June 18). *Chiffres du tourisme 2019 | Statbel*. Retrieved May 2, 2021, from <https://statbel.fgov.be/fr/nouvelles/chiffres-du-tourisme-2019>
- Suárez-Cebador, M., Rubio-Romero, J. C., Pinto-Contreiras, J., & Gemar, G. (2018). A model to measure sustainable development in the hotel industry: A comparative study. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 722-732. <https://doi.org/10.1002/csr.1489>
- Sucheran, R. (2015). Barriers to environmental management in hotels in KwaZulu-Natal, South Africa. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, Supplement 1 (December), 168-179.
- Sun, X., Xu, H., Köseoglu, M. A., & Okumus, F. (2020). How do lifestyle hospitality and tourism entrepreneurs manage their work-life balance?. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102359. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102359>
- Takahashi, T., & Nakamura, M. (2010). The impact of operational characteristics on firms' EMS decisions: strategic adoption of ISO 14001 certifications. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 17(4), 215-229. <https://doi.org/10.1002/csr.199>
- TerraChoice Environmental Marketing. (2007). *The six sins of greenwashing*. Retrieved May 30, 2021, from https://sustainability.usask.ca/documents/Six_Sins_of_Greenwashing_nov2007.pdf
- Thomas, R., Shaw, G., & Page, S. J. (2011). Understanding small firms in tourism: A perspective on research trends and challenges. *Tourism management*, 32(5), 963-976. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.02.003>
- Tiscali – GB. (2007). *Report 2007 summer lifestyle*.
- TourMaG.com. (2018, January 30). *Sondage : le tourisme durable oui mais pas à n'importe quel prix*. Retrieved July 31, 2021, from https://www.tourmag.com/Sondage-le-tourisme-durable-oui-mais-pas-a-n-importe-quel-prix_a91410.html
- TourMaG.com. (2020, October 21). *Tourisme durable : 2/3 des voyageurs souhaitent s'appuyer sur l'expertise d'un professionnel*. Retrieved July 31, 2021, from https://www.tourmag.com/Tourisme-durable-2-3-des-voyageurs-souhaitent-s-appuyer-sur-l-expertise-d-un-professionnel_a105755.html
- Treksoft. (2016). *Travel Trend Report 2017*. Travel Trend Report. Retrieved August 1, 2021, from <https://www.treksoft.com/en/library/ebook-travel-trend-report-2017>.

- Tripadvisor. (2007/2008). *Prise en compte de l'environnement dans les choix touristiques*.
- TUI Group. (n.d.). *Better Holidays, Better World - Sustainability Strategy 2015-2020*. Retrieved January 24, 2021, from <https://www.tuigroup.com/en-en/responsibility/strategy>.
- TUI Belgium. (2017, March 21). *Les Belges et le tourisme durable*. Retrieved July 8, 2021, from <https://corporate.tui.be/fr/presse/nouvelles/20170321-tourisme-durable>
- TUI Group. (2019, December 11). *2019 Annual report of the TUI Group*.
- TV com. (2021, July 13). *Le Brabant wallon mise sur le slow tourisme*. Retrieved July 26, 2021, from https://www.tvcom.be/video/info/economie/le-brabant-wallon-mise-sur-leslowtourisme_28817_89.htmlfbclid=IwAR0krCGU3o5ZFZCgLLpGPzB3u5c92yGAUsDwAgI8nfqM1zCzkUU-P57--Q
- Tzschentke, N., Kirk, D., & Lynch, P. A. (2004). Reasons for going green in serviced accommodation establishments. *International journal of contemporary hospitality management*, 16(2), 116-124. <https://doi.org/10.1108/09596110410520007>
- Tzschentke, N., Kirk, D., & Lynch, P. (2008). Ahead of their time? Barriers to action in green tourism firms. *The Service Industries Journal*, 28(2), 167-178. <https://doi.org/10.1080/02642060701842175>
- UNCED. 1992. The Rio declaration on environment and development. United Nations Conference on Environment and Development, Rio De Janeiro.
- United Nations Environment Programme. (1997). *Environmental Good Practice in Hotels, Case Studies (jointly with IHRA)*.
- United Nations Environment Programme (UNEP). (1998). *Ecolabels in the tourism industry*. United Nations Publication.
- United Nations Environment Programme and World Tourism Organization. (2005). *Making tourism more sustainable. A guide for policy makers*.
- United Nations. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. United Nations.
- Van de Walle, I., Borzakian, M., & Gourdikian, F. (2009). Le tourisme durable à l'étranger ou la possibilité d'un autre voyage. *Cahier de recherche*, 269.
- van Haastert, M., & de Grosbois, D. (2010). Environmental initiatives in bed and breakfast establishments in Canada: scope and major challenges with implementation. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7(2), 179-193. <https://doi.org/10.1080/14790531003755286>
- Van Zeebroeck, B., Charles, J. & Holf, E. (2014, May 23). *Évaluation économique de la pratique du vélo en Wallonie*.

- Vernon, J., Essex, S., Pinder, D., & Curry, K. (2003). The 'greening' of tourism micro-businesses: outcomes of focus group investigations in South East Cornwall. *Business strategy and the environment*, 12(1), 49-69. <https://doi.org/10.1002/bse.348>
- Villance, S. (2020, September 24). *Label « Bienvenue vélo » et le vélotourisme*. Commissariat General au Tourisme.
- Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism management*, 36, 342-353. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.008>
- Wallonie Belgique Tourisme. (n.d.). *Qui sommes-nous ?*. WBT. Retrieved May 9, 2021, from <https://walloniebelgiquetourisme.be/fr-be/3/en-pratique/qui-sommes-nous>
- Wallonie Belgique Tourisme. (2019). *Rapport d'activités 2019*.
- Wallonie Belgique Tourisme. (2021-a). *Voyageur à besoins spécifiques*. WBT. Retrieved May 19, 2021, from <https://walloniebelgiquetourisme.be/fr-be/3/je-suis/voyageur-a-besoins-specifiques>
- Wallonie Belgique Tourisme. (2021-b). *Label officiel Bienvenue Vélo*. WBT. Retrieved May 2019, 2021, from <https://walloniebelgiquetourisme.be/fr-be/3/jaime/wallonie-a-velo/bienvenue-velo>
- Wallonie service public. (n.d.). *Aménagement du territoire, Logement, Patrimoine et Énergie*. Retrieved June 7, 2021, from http://lampspw.wallonie.be/dgo4/site_thema/index.php?details=25110-CLT-0004-01&thema=bc_pat
- Wang, C., Li, G., & Xu, H. (2019). Impact of lifestyle-oriented motivation on small tourism enterprises' social responsibility and performance. *Journal of Travel Research*, 58(7), 1146-1160. <https://doi.org/10.1177%2F0047287518800389>
- Wardle, C., Buckley, R., Shakeela, A., Castley, J. G. (2018), Ecotourism's contributions to conservation: analysing patterns in published studies. *Journal of Ecotourism*. <https://doi.org/10.1080/14724049.2018.1424173>
- Weaver, D. B. (2002). The evolving concept of ecotourism and its potential impacts. *International Journal of Sustainable Development*, 5(3), 251-264. <https://doi.org/10.1504/IJSD.2002.003753>
- Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Weber F. (2019) Demand for Sustainable Tourism. *In: Corporate Sustainability and Responsibility in Tourism*, 265-281. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-15624-4_16

- Wilson, E., Mura, P., Sharif, S. P., & Wijesinghe, S. N. (2020). Beyond the third moment? Mapping the state of qualitative tourism research. *Current Issues in Tourism*, 23(7), 795-810. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1568971>
- World Bank. (2021). *International tourism, number of arrivals - Maldives*. <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVLend=2019&locations=MV&start=1995>
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press.
- World Tourism Organization. (1997). *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry*. WTO
- World Tourism Organization Newsletter. (1998). *Ecotourism, Now One-Fifth of Market*.
- World Tourism Organization. (1999). *Global Code of Ethics*. Retrieved April 5, 2021, from <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>
- World Tourism Organization. (2008). *Glossary of tourism terms / UNWTO*. Retrieved May 19, 2021, from <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- World Tourism Organization and United Nations Environment Programme. (2008). *Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges*. UNWTO and UNEP.
- World Tourism Organization. (2011). *Tourism Towards 2030 / Global Overview - Advance edition presented at UNWTO 19th General Assembly - 10 October 2011*, UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284414024>
- World Tourism Organization. (2012, June 25). *Le tourisme peut contribuer aux trois piliers de la durabilité*. Retrieved May, 19, 2021, from <https://www.unwto.org/fr/archive/press-release/2012-06-25/le-tourisme-peut-contribuer-aux-trois-piliers-de-la-durabilite>
- World Tourism Organization. (2016). *A roadmap for celebrating together*.
- World Tourism Organization (UNWTO); Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; and NHL Stenden University of Applied Sciences (2018), *'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary*, UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284420070>
- World Tourism Organization and International Transport Forum (2019), *Transport-related CO₂ Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results*, UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284416660>.
- World Tourism Organization; Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; and NHL Stenden University of Applied Sciences (eds., 2019), *'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Volume 2: Case Studies, Executive Summary*, UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284420643>

World Travel & Tourism Council (2020), *Economic impact reports*. Retrieved January 24, 2021, from <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

World Travel & Tourism Council (2020, June). *Travel & Tourism - Global Economic Impact & Trends 2020*.

WWF International. (2001). *Guidelines for community-based ecotourism development*.

Zacarias D., Loyola R. (2017) How Ecotourism Affects Human Communities. In: Blumstein D., Geffroy B., Samia D., Bessa E. (eds) *Ecotourism's Promise and Peril*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-58331-0_9

Zhang, S., & Chan, E. S. (2020). A modernism-based interpretation of sustainable tourism. *International Journal of Tourism Research*, 22(2), 223-237. <https://doi.org/10.1002/jtr.2330>

APPENDICES

Appendix 1: Conclusion from studies on the motivations of companies to adopt sustainable tourism

Motivations of companies to develop sustainable tourism	Sources/authors
1) Lifestyle	(Ateljevic and Doorne, 2000; Dewhurst and Thomas, 2003; Tzschentke et al., 2004; Carlsen et al., 2008; Lashley and Rowson 2010; Thomas et al., 2011; Jaouen and Lasch, 2015; Font et al., 2016; Wang et al., 2019 ; Cunha et al., 2020)
2) Cost savings	(Hendry, 1992; Hillary, 1995; Carter et al., 1995; Patton and Baron, 1995; Holland and Gibbon, 1995; Bramwell and Alletorp, 2001; Vernon et al., 2003; Ayuso, 2006; Font et al., 2016)
3) Competitive advantage	(Middleton and Hawkins, 1993; Forsyth, 1995; Stabler and Goodall, 1997, Ayuso, 2006; Kim et al., 2019; Weber, 2019)
4) Growing customer awareness of environmental concerns	(Bramwell and Alletorp, 2001; Ayuso, 2006; Kim et al., 2019)
5) Obtain a marketing advantage or enhanced image	(Bramwell and Alletorp, 2001; Hultman and Säwe, 2016)
6) Ethical stance of the company	(Bramwell and Alletorp, 2001)
7) Under pressure from regulations	(Bramwell and Alletorp, 2001; Kim et al. 2019)

Appendix 2: Conclusion from studies on obstacles for companies to develop sustainable tourism

Obstacles for tourism companies to develop sustainable tourism	Sources/authors
1) High investment costs	(Barrow and Burnett, 1990; Hendry, 1992; Patton and Barron, 1995; Holland and Gibbon, 1997; Rowe and Enticott, 1998; Bramwell and Alletorp, 2001; Halme and Fadeeva, 2001; Schaper and Carlsen, 2004; Ayuso, 2006; Tzschentke et al., 2008; van Haastert and de Grosbois, 2010; Fotiadis et al., 2013; Midget et al., 2020)

2) Lack of knowledge or expertise	(Barrow and Burnett, 1990; Hendry, 1992; Patton and Barron, 1995; Holland and Gibbon, 1997; Rowe and Enticott, 1998; Bramwell and Alletorp, 2001; Halme and Fadeeva, 2001; Vernon et al., 2003; Chan, 2011; Midgett et al., 2020)
3) Lack of consumer demand	(Tzschentke et al., 2008; Dodds and Holmes, 2011; Waligo et al., 2013; Halme and Korpela, 2014; Sucheran, 2015)
4) Poor understanding of the concept of sustainable tourism	(Berry and Ladkin, 1997; Halme and Korpela, 2014)
5) Time	(Halme and Fadeeva, 2001; Vernon et al., 2003; Tzschentke et al., 2008; Dodds and Holmes, 2011; Waligo et al., 2013; Khatter et al., 2021)
6) Effort	(Vernon et al., 2003)
7) Concern about the lack of continuous economic viability	(Vernon et al., 2003)
8) Absence of appropriate support system	(Vernon et al., 2003)
9) Infrastructure barriers - Poor waste separation and recycling facilities - Lack of bicycle paths - Underdeveloped public transport network	(Vernon et al., 2003)

Appendix 3: Presentation of the interviewed enterprises in the tourism sector

In this appendix, each tourism businesses that composed our sample will be briefly described based on information obtained during the interviews and additional information found on their website.

The interviewed attractions:

Adventure Park

Adventure Park is a tree-climbing adventure which was created in 2004 by Mr. and Mrs. Visart, in which their two children have taken over the park for 3,4 years. They are specialized in tree-climbing with 24 courses and 240 secure games in the trees. Besides that, they also have 5 jumps of which a bungee jump and a Laser Game. They are the reference in tree-climbing and have 17 years of experience. In 2016, they replaced their old reception building by a more ecological chalet. Regarding the labels and certifications, they received in 2019 the “5 Soleils” from the Walloon Region for the quality of its infrastructure. In 2020, Aventure Parc is

officially recognized as an eco-responsible park through the “Green Key” label. They also obtained the “Bienvenue Vélo” label. The three values of the park are safety, conviviality and tolerance.

It has been categorized as sustainable because of their Green Key certification, which is a label of sustainable tourism.

Villers Abbey

Villers-la-Ville Abbey is a major historical and tourist site in Belgium, located in Walloon Brabant. Out of the ordinary and out of time, the site is one of the best-preserved abbeys in Europe and a true compendium of more than 900 years of history and know-how in all fields: architecture, daily life, water management. The abbey site offers a visitor’s center, a store, abbey’s products and an original tour route. To give some figures, the site welcomes approximately 160 000 visitors per year, and it is about 90 000 visitors who come for the events that the site organizes throughout the year. Thus, the events are still a big part of the frequentation of the abbey of Villers since it represents 60% of the frequentation. And all included (from the smallest event to the biggest) 80 events per year are held. But there are some which are organized with partners. And the events range from 10 people to 7000 people maximum for an event.

In 2018, the Abbey of Villers won the trophy incidence which is in fact a trophy that rewards the best actor of the province in terms of sustainable development. It is set up by the province of Walloon Brabant and it was the winner of the 2018 edition for everything the attraction had put in place for sustainable development.

Regarding its certifications, it has the “Green Key” label, “Bienvenue Vélo”, “5 Soleils” and “Wallonie destination qualité” labels. Moreover, in 2018, the abbey of Villers won the “Trophée Incidence”, which is a trophy set up by the province of Walloon Brabant that rewards the best actor in the province in terms of sustainable development, for their implementation of sustainable development practices.

It has been classified as sustainable because of its Green Key certification, which is a sustainable tourism label.

Folon Foundation

The Folon Foundation is a private foundation. It was the Belgian artist Jean-Michel Folon who created his foundation in 2000 which gather in only one place the works which he preserved during his forty years of creation. He accepted the proposition of the Walloon Region to set up his foundation in the Parc Solvay in La Hulpe. He died in 2005. The artist was a pioneer of nature conservation. The three major themes of the museum are the environment, human rights and children's rights. However, the foundation doesn't have a green tourism approach. It has more a social mission that goes very far which is more specifically the support for people with disabilities. Therefore, people with disabilities who come to the foundation do not have to pay the entrance fee to the museum and neither do their companions. The profits are donated to associations. It is classified as a property of public interest and belongs to the Walloon Region. Even though they don't operate in an environmentally friendly manner, they consider themselves as ambassadors of the message of ecology, of environment that the artist took since always. Regarding its certification, the foundation has the "Bienvenue Vélo" label.

It has been classified as sustainable because it is part of a sustainable approach. They have a social mission that goes far and wide. They support all people with disabilities. Thus, people with disabilities who come to the foundation do not pay the entrance fee to the museum and neither do their companions. Their profits are donated to associations. They have different types of orientations that advocate for inclusion. They do not make a point of operating in a much greener way. They are really focused on the message. And they are ambassadors of this message of ecology, environmentalism that the artist Folon has always carried.

Wellington Museum

The Wellington Museum is the Duke of Wellington's former headquarters that he used on the eve of the Battle of Waterloo. The residence was built in 1705 by a paving entrepreneur. In 1950, the municipality of Waterloo buys this building to create the Wellington Museum. The non-profit organization "Les Amis du Musée Wellington" took over the management of the local museum in 1954. They have acquired several relics from the Battle of Waterloo. The entire main building of the Wellington Museum as well as the ensemble formed by this building and its surroundings have been classified as a historical monument since October 12, 1981 (Wallonie service public). "Home to authentic artefacts, weapons and prints, the museum's various rooms retell the events of this era and preserve the memory of the nations and soldiers

who did battle. A temporary exhibition room allows the museum to also host regular one-off events.” (Musée Wellington, 2020)

Since its opening, the museum has evolved in order to better meet the wishes of its visitors (over one million) while retaining the ambiance and original character of a property steeped in history. In 2015, on the bicentennial of the Battle of Waterloo, the museum welcomed 56,000 visitors.

Regarding its certifications, it has the “4 Soleils”, “Bienvenue Vélo” and “Wallonie destination qualité” labels.

It has been classified as sustainable because it does its best to develop sustainable tourism, especially the social dimension of sustainable tourism to make it accessible to all citizens. Moreover, it has the Bienvenue Vélo label, which promotes a soft means of transportation.

Napoleon’s Last Headquarters

The museum belongs to the province of Walloon Brabant since the transfer of the province of Brabant, since 1995. In 2015 there were major renovations for the bicentenary of the battle and it was made accessible to all (children, people with reduced mobility, visually impaired people, deaf or hard of hearing people). It is a classified site. Regarding its certification, it has the “4 Soleils” and “Bienvenue vélo” labels.

It has been classified as sustainable because it has implemented a lot of sustainable practices to reduce its impact on energy, water and the environment, as well as making tourism accessible to all.

Castle of Hélécine

The Castle of Hélécine is the property of the Province of Walloon Brabant. It has been converted into a center for seminars, receptions and company events. The domain also has a park of 28 hectares with 3 lakes, four playgrounds, a mini-golf, bouncy castles... to entertain the children. For the adults, there is the possibility of enjoying a small restaurant. It is a tourist attraction classified “4 Soleils” and has the “Wallonie destination qualité” label.

It has been classified as sustainable because it does its best to develop sustainable tourism, for example by sorting waste, offering local products and inviting tourists to respect the site.

The interview conference center and event venue:

The great abbey of La Ramée

The abbey of La Ramée dates from the 12th century and houses a former convent and a farm that can accommodate team seminars in large. With its generous spaces and 110 rooms, the place lends itself to events requiring both a large capacity and a spacious setting. For work sessions, 30 fully equipped meeting rooms with a capacity of 4 to 120 participants, are at disposal. At the heart of the place, the Dimière Barn, with its impressive size, offers a 21-meter-high framework supported by 25 columns, which can accommodate all corporate events up to 800 guests or even serve as a venue for weddings.

It follows the same idea as a guesthouse with a host couple who welcome the guests. This “house” is run by a company called Châteauforn’ which is the European leader in corporate seminars. It is a French company that organizes seminars for companies mainly throughout Europe. In total, they have about 60 “houses” or meeting and event places. Furthermore, they obtained the label “Green Key”.

It has been classified as sustainable because of its Green Key certification, which is a sustainable tourism label.

The interviewed accommodations:

Dimensions M

This guesthouse is composed of 5 contemporary guest rooms which are classified “4 épis” in Corbais, near Louvain-La-Neuve. It is a couple who manage the exploitation of their rooms as guestrooms. They finally realized a project that they have been working on for several years. They designed their home for a bed and breakfast activity and with a particular focus on the business traveler for the companies which is in Louvain-La-Neuve. The construction started in 2017 and they had their first client in February 2018. Since then, they have offered more than 400 overnight stays and worked with, among others, more than 20 companies located at LLN's Science Park or MSG's Axis Parc. Travelers from 18 nationalities have enjoyed their guestrooms.

They put an accent on the respect of people, laws and environment. In 2019, they obtained the “Green Key” label along with the “Wallonie destination qualité” label. The “Green Key” label

is the concretization of their sustainable development approach in which the environmental and social responsibility dimensions are the main axes.

It has been classified as sustainable because of its Green Key certification, which is a sustainable tourism label.

La Bachée

La Bachée is run by one person. It disposes of a cottage with a capacity of 7 people and is accessible for people with reduced mobility, as well as a guest room with a capacity of 3 people. In other words, it is a gîte and a B&B. The gîte is set in a Brabant farmhouse built in 1721 and more precisely in the old stables and barns. It is operational since June 2015 after one year of renovations. It is located on the Plancenoit battlefield, near the Lion of Waterloo.

It has a lot of certifications such as “Gîte de Wallonie”, “Gîte trois épis”, “Bienvenue Vélo”, “Gîte bébé tendresse”, “Wallonie Destination Qualité”, “Green Key”, “Solidarité” and “LGBTI” labels.

Moreover, it has a very high occupancy rate of over 80 or even 100%. However, this accommodation is welcoming only a small share of tourists (notably expatriates, Belgians who have left to live aboard and who come back during the vacations). It is mainly local people that do renovations in their house and need a place to stay during that time, or people that are going through a divorce, ... The owner accepts long-term stays.

It has been classified as sustainable because of its Green Key certification, which is a sustainable tourism label.

Gîte des Bruyères

The gîte des Bruyères is an old farmhouse, bought by the couple of managers and completely renovated in 2015 to make a gîte. It has been open for five years. The gîte is located in Biez, a small village in Walloon Brabant, near Louvain-la-Neuve. The accommodation is composed of two levels and on the first floor there is one bedroom with a double bed. Its maximum capacity is two people. It has three certifications such as “Gîte de Wallonie”, “Gîte deux épis” and “Bienvenue Vélo”.

It has been classified as sustainable because of its many implementations of sustainable practices. In addition, it integrates the two pillars (environmental and social) into its business

operations. Indeed, for its renovation into a sustainable building, it worked with small enterprises in the region, which was an important criterion for them.

Gertrude & Friends

Gertrude and Friends is a gite based in Walloon Brabant, between Jodoigne and Hélécinne, in Piétrain exactly, in the middle of the countryside. It is a gite that was opened at the beginning of 2021. The accommodation has four bedrooms and can welcome 9 people. It has two certifications such as “Gîte de Wallonie” and “Gîte trois épis”.

It has been classified as sustainable because of its many implementations of sustainable practices such as promoting zero waste, sorting waste, promoting local producers and activities, furniture is sourced from flea markets, owners work with the local workforce, etc.

Les Gîtes du Passavant

Les Gîtes du Passavant is a gite for 15 people created by a couple of hosts and operational since September 2018. It is a huge house of almost 600 m². The house was bought in early 2016. It has undergone a renovation that lasted 3 years. It has four double rooms, one dormitory room with six beds and three bathrooms. Regarding its certifications, it received “3 épis”.

It has been classified as non-sustainable because it does not implement any sustainable practices.

Les Six Vallées

Les Six Vallées is a gite that can welcome 4 people. It is a rural gite in the countryside and more precisely in Ramilies. It is opened since 2009 and offers very democratic prices. Regarding its certifications, it is a member of les Gîtes de Wallonie and it has “3 épis”.

It has been classified as non-sustainable because it does not adopt a sustainable approach or believe in sustainability as it is viewed by the owners as a trend that will pass.

Indrani Lodge

Indrani Lodge is a hotel project. It is said to be a restorative place or a restorative project. It is centered around the human wellbeing. It is a project that includes today 5 hotel rooms and a small restaurant of 16 seats. In the near future, the project will include an extension with 7 additional rooms, which will make 12 rooms in total, a restaurant that will increase to 40 seats and 7 houses that will be integrated in a condominium with the hotel whose goal is to be zero

carbon. Indrani Lodge is run by a host couple (the hotel is in a spirit of bed & breakfast), and they have a general director. The staff is composed of 10 people and soon 18. The project started in March 2019. The area is classified as it is a 1000-year-old farm.

Indrani Lodge participated in the 2021 Incidence contest organized by the Walloon Brabant. It aims to promote projects that have a positive impact in the broadest sense which includes the environment, energy, maintenance, the way to operate the flow of operation, human relationships, ... It won the third place. As a result, it has been classified as sustainable.

An important fact is that Indrani Lodge is not yet recognized by the Commissariat Général au Tourisme and is therefore not present on the website of Wallonie Belgique Tourisme and on the website of the tourist office of Walloon Brabant tourist due to an administrative stagnation since it is a young project and that it is a bed & breakfast being transformed into a hotel. However, it can be found on the Booking website, TripAdvisor, Facebook and on their own website.

As far as its certifications are concerned, it has the Little Guest label, which is a quality label rewarding establishments able to offer a quality service to families who come to stay with their children.

The caravan Les Mésanges

The caravan Les Mésanges is a small trailer entirely built by the owner, a farmer and located in Rebecq-Rognon. It was installed in early 2021 near a pond and farm with meadows around. The owner started renting it a few months ago. It has a capacity of two people. It can be categorized as a camping or a gîte on the farm. The caravan is built with ecological materials such as wood fiber and is very well insulated.

The administrative steps are underway for the caravan Les Mésanges to be recognized by the Commissariat Général au Tourisme, but it takes time. It can be found in Booking.com, Airbnb and it has a Facebook page. Moreover, it has no certification for the moment, but the owner considers having the label Bienvenue Vélo.

It has been classified as sustainable because the caravan was built with ecological materials and is well insulated. Moreover, the owner of the accommodation is concerned about the environment and his impact on the planet.

Les Bergers B&B

Les Bergers is run by a couple of hosts. There are two guest rooms separate from the main house. They built a wooden chalet to be used as a garage, but it was later transformed into two guest rooms. They started their business in May 2010. The Bed & Breakfast welcomes tourists on the one hand and on the other hand people who come for work (as there are large pharmaceutical companies in the area). The tourists come on a regular basis and usually stay one night.

Because they use the term 'B&B', they do not have to be declared to the CGT. If they were using the term 'chambres d'hôtes', they would have to do it. It is not in their intention to be recognized by the CGT. Les Bergers B&B can be found on the Booking website. In addition, they have their own website.

It has been classified as unsustainable because the owner of the accommodation does not know what sustainable tourism and ecotourism means and is not in the spirit of ecology but rather in the spirit of cost savings.

Espaces d'Or

Espace d'Or is run by a couple of hosts. The Espaces d'Or was designed with eco-responsibility in mind, both for the renovation of the house and the construction of the extension as well as for waste management and energy. There are four guest rooms. It welcomes tourists since May-June. The accommodation is not yet on the tourism website of Wallonia and Walloon Brabant because the tourist activity is recent. However, it can be found on the Booking, Trip Advisor websites, Facebook and on their own website. Regarding the certification, it does not have one.

It has been classified as sustainable because of its eco-responsible buildings. Moreover, the owners of the accommodation are concerned about their environmental, social and economic impacts. The social aspect is also included as they offer local food for breakfast.

L'Eau Claire

L'Eau Claire is a bed & breakfast. It is opened since 2016 and can welcome 6 people. It has three guest rooms. This accommodation can only be found on Booking. Regarding its certification, it does not have one.

It has been classified as sustainable because the owners are committed to sustainability in their daily lives, which they translate into their tourist activity. They offer local food, use eco-friendly products, harvest rainwater, etc.

Appendix 4: Interview guide for sustainable tourism enterprises

All interviews were conducted in French.

General questions

- Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?
- Comment choisissez-vous vos partenaires ? (Fournisseurs, associations, intercommunales, fédérations sectorielles, partenaires, sponsors)
- Quels sont les acteurs qui contribuent à produire le service offert aux clients/visiteurs ?

Specific questions

- Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?
- Qu'est-ce que signifie pour vous l'écotourisme ? Et voyez-vous une différence entre l'écotourisme et le tourisme durable ?
- Est-ce que votre activité a toujours été dans une lignée durable ou est-ce que cela a été développé plus tard ? Par tourisme durable, j'entends cette définition: « *Le tourisme durable est un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil.* » d'après la définition donnée par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT).
- Quelles sont vos motivations à inscrire votre activité dans une démarche de développement durable ?
- Lorsque que vous avez lancé votre activité dans une démarche de développement durable, quelles sont les freins que vous avez rencontrés ?
- Pensez-vous que les freins que vous avez rencontrés peuvent dissuader certaines personnes de se lancer dans une démarche de développement durable ?
- Quels sont les difficultés que vous rencontrez aujourd'hui ? (En lien avec le développement durable)
- Connaissez-vous les critères de tourisme durable de la Clé Verte ? Si non, voici un lien où vous trouverez toutes les informations : <https://www.green-key.be/a-propos-green-key/criteres-et-couts>
- Que pensez-vous de ces critères ?
- Envisagez-vous d'obtenir le label Clé Verte ? Et pourquoi ?

- Dans le cas où vous êtes labellisé Clé Verte, quel a été, pour vous, le plus dur à réaliser ?
- Votre démarche responsable est-elle un point que vous mettez en avant vis à vis de vos clients/visiteurs ? Si oui, comment ? Si non pourquoi ?
- Pensez-vous que c'est un avantage d'intégrer le développement durable dans son activité touristique ? Pourquoi ?

Conclusion

- Quels conseils pourriez-vous donner à des professionnels du tourisme traditionnel (non durable) qui souhaitent s'engager dans la voie du développement durable ?
- Quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du Tourisme de la Province du Brabant wallon pour améliorer le tourisme durable dans le Brabant-Wallon ?
- Pour finir, comment voyez-vous l'avenir du tourisme durable ?

Appendix 5: Interview guide for non-sustainable tourism enterprises

General questions

- Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?
- Comment choisissez-vous vos partenaires ? (Fournisseurs, associations, intercommunales, fédérations sectorielles, partenaires, sponsors)
- Quels sont les acteurs qui contribuent à produire le service offert aux clients/visiteurs ?

Specific questions

- Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?
- Comment définiriez-vous l'écotourisme ? Et voyez-vous une différence entre les 2 ?
- Pensez-vous que c'est un avantage aujourd'hui d'exercer une activité touristique durable ?
- Avez-vous déjà eu envie de développer votre activité vers une activité durable ? Par tourisme durable, j'entends cette définition: « *Le tourisme durable est un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil.* » d'après la définition donnée par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT).

- Quelles seraient vos motivations à inscrire votre activité dans un démarche de développement durable ?
- Quels sont les freins au développement durable de votre activité selon vous ?
- Connaissez-vous les critères de tourisme durable (de la Clé Verte) ? Si non, voici un lien où vous pouvez les retrouver : <https://www.green-key.be/a-propos-green-key/criteres-et-couts>
- Que pensez-vous de ces critères ?
- Lequel semble, pour vous, le plus dur à réaliser ?

Conclusion

- Comment voyez-vous l'avenir du tourisme ?
- Pour finir, quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du Tourisme de la Province du Brabant wallon pour encourager le développement du tourisme durable dans le Brabant-Wallon ?

Appendix 6: Transcripts of interviews

ATTRACTIONS

Brice Visart – Adventure Park

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Oui euh moi c'est Brice et il y a mon frère également Yannick et donc vous êtes ici dans l'Aventure Parc. L'Aventure Parc c'est un parcours d'accrobranche qui a été créé il y a 17 ans par nos parents, dans lequel mon frère et moi reprenons le parc depuis maintenant 3,4 ans. Et donc, on est spécialisés dans l'accrobranche avec 24 parcours et 240 jeux euh et alors à côté de ça on a également 5 sauts dont un saut à l'élastique et on a fait aussi un Laser Game euh voilà. On est la référence en accrobranche là-dedans, et voilà 17 et bientôt 18 ans d'expérience.

Comment choisissez-vous vos partenaires ?

Nos trois valeurs du parc, c'est la convivialité, la tolérance et surtout la sécurité. On ne peut pas se permettre surtout à Aventure Parc d'avoir un mort un jour. Et donc, il faut mettre les moyens en œuvre parce que le jour où vous avez un mort, vous risquez d'avoir des soucis. Nos partenaires on ne les choisit jamais en fonction du prix mais en fonction de la qualité. Pour nous on veut surtout de la qualité, mais c'est valable dans tout. Dans la qualité d'accueil, vous voyez aussi la qualité dans les moniteurs qu'on a. On investit bcp d'argent dans leur formation. Ils sont tous trilingues. On veut vraiment cette qualité d'accueil qui est connue et reconnue. Pour la reconnaître ce n'est pas compliqué on va regarder (et c'est d'ailleurs justement ce que

je faisais juste avant de vous voir) sur Google tous les avis que les gens donnent, ça vient également des enquêtes de satisfaction qui tournent et donc je regarde, et le critère n°1 et c'est encore le cas pour ce mois-ci « les moniteurs sont super sympas », « les moniteurs viennent nous aider », etc. Et donc cette qualité, euh je m'égarer un peu sur le personnel mais cette qualité c'est également quand on va construire les parcours. C'est également quand on va choisir nos systèmes de sécurité. Ici on a un système de sécurité fixe. Ce n'est pas compliqué c'est le plus cher de tout le marché, mais c'est une ligne de vie continue, c'est-à-dire qu'on s'attache en début de parcours et on se détache à la fin du parcours, donc pendant le parcours on ne sait pas se détacher. C'est le meilleur système qu'il y a sur le marché et on a décidé il y a 7 ans (c'est nos parents qui avaient décidé ça) d'investir là-dedans. Donc il fallait refaire tous les parcours parce qu'on avait un autre système avant pour investir justement dans ce système-là qui était nouveau sur le marché et donc voilà. On va vraiment dans, si vous faites vraiment dans la qualité, vous devez la faire de A à Z, euh voilà. Mais ça va aussi dans les détails, par exemple dans nos bâtiments d'accueil. Vous allez faire un autre parc aventure souvent vous n'avez pas un bâtiment comme ça. Vous avez parfois des conteneurs avec du bois autour et des choses comme ça. Ici, nous avons vraiment eu envie d'investir dans une qualité d'accueil, voilà.

Comment vos partenaires sont intégrés dans votre offre ? J'ai vu que vous étiez en partenariat avec écochèques, SNCB, etc.

Oui, alors je vais d'abord faire part de ma frustration hein. On avait un super partenariat avec B-excursions avec la SNCB. Depuis lors, ils se sont renommés et s'appellent maintenant Discovery. Donc, on avait un partenariat parce que la gare de Wavre elle est à 15min à pied du parc. Même si on est en pleine nature elle est là-bas en bas, et ce partenariat fonctionnait très bien, surtout pour les écoles, pour les groupes, etc. parce que ça combinait l'entrée du parc et le transport également. Et quand ils ont renommé tout ça, vu qu'on est un petit parc hein, on n'est pas Walibi donc on fait pas trop d'entrées comme Walibi. Et bah la SNCB un jour nous a téléphoné et nous ont dit « on va refaire une nouvelle offre », « on vous fout dehors hein » (façon de parler hein) ils ne l'ont pas dit comme ça évidemment. Mais ils avaient choisi de fonctionner qu'avec les gros (donc avec Pairi Daiza, Walibi, etc.). Et donc, tous les petits parcs, parce que ça demande de l'administration derrière, parce qu'eux doivent vendre nos tickets, doivent nous facturer et on doit les facturer, fin ça va dans tous les sens donc évidemment c'est du temps derrière. Mais nous on trouvait ça bénéfique de déjà avoir un partenariat avec la SNCB pour que les gens puissent venir en train, mais aussi pour favoriser un autre type de transport que la voiture individuelle. Donc, voilà, ça c'était pour la SNCB. On est également labellisé 'bienvenue vélo' pour les gens qui veulent venir en vélo chez nous. Donc euh si le label dit notamment que si vous avez un problème avec vos vélos, on a les outils pour le réparer, vu qu'on travaille dans les arbres on a toutes sortes d'outils, on a tout ici en stock, euh donc voilà. On a d'autres partenariats en effet avec Monizze, Sodexo et Edenred qui sont les trois partenaires qui émettent des chèques. Alors avec les 3 partenaires, ce n'est pas compliqué, à Aventure Parc on accepte tous les chèques sauf les chèques-repas. Aventure Parc accepte déjà depuis quelques années le chèque sport et culture et peut maintenant depuis 1 ans et demi accepter les écochèques parce qu'on a été labellisé green key. Et donc enfaite c'est ce label qui

nous a permis d'accepter les écochèques. Et donc, le label green key a été ouvert pour les attractions touristiques il y a 1 an et demi, 2 ans. Et là on s'est dit, nickel ! Là, il y a une opportunité on ne va pas se le cacher, c'est de pouvoir accepter les écochèques. Quand on regarde le nombre d'écochèques qui ne sont pas utilisés en Belgique, on se dit qu'il y a quand même une opportunité, c'est bien, c'est bien pour notre clientèle et puis c'était surtout une logique aussi, parce que quand on a créé le parc on a toujours fait ça au respect de la nature. On a des arbres, si on n'entretient pas bien nos arbres on n'a plus de parcours, on a plus de parcs, en résumé. Et puis, on s'est dit attends on fait quand même pas mal de choses. Quand on fait les choses on les fait bien avec notre bâtiment... notre bâtiment, on a installé 47 panneaux solaires sur le toit, euh on a la récupération d'eau de pluie etc. Donc on a toute sorte de choses comme ça qui sont mises en place. Donc on s'est dit attends on va regarder un peu ce label qui est un label qui était historiquement un label pour les hôtels, de le mettre pour notre attraction. Et donc, vu que c'était ouvert, on a téléphoné et on a dit « écoutez, on veut être les premiers candidats ». On a été le premier parc, alors il y a des attractions à gauche et à droite, mais vraiment un vrai parc on est le seul. Fin on était les seuls il y a un an et demi, je n'ai pas encore regardé les nouveaux labellisés mais de vrais parcs, on est le seul à avoir ce label quoi. Et donc voilà, moi ce label je le trouve assez sympa parce qu'ils vous obligent à vous améliorer donc il vous dit « voilà, aujourd'hui vous êtes là. Demain vous devez être là. » Chaque année on s'améliore. Ça va de petites choses hein. Avant, on avait des gobelets en plastique pour les anniversaires, maintenant on a du carton recyclé etc. Avant on n'avait pas de panneaux solaires, et bah maintenant on a mis des panneaux solaires, et des choses comme ça. Et donc on s'améliore petit à petit. On sait très bien nos marges de manœuvre. Et ce label va vraiment dans ce que nous on veut : de la qualité, voilà, vous on veut vraiment, fin tout ce qui est local, tout ce qui est éco c'est vraiment dans l'air du temps, et je pense qu'on a fait un bon choix là-dedans. Et donc, ça fait un an et demi, 2 ans qu'on est labellisé Green Key. Et le retour hier en écochèques on est content aussi parce que commercialement voilà si demain vous devez dépenser de l'argent ou si vous recevez de votre employeur des écochèques et bah attends c'est génial je peux aller là, je peux les dépenser, j'en fais une raison. Parce qu'au final, l'écochèque quand vous en recevez, vous ne savez pas faire mille choses avec. Et si vous avez déjà un frigo éco et que vous n'allez pas en racheter un nouveau. Vous allez peut-être faire une année avec vos écochèques, mais après il faut aussi savoir les dépenser autrement. Et puis on a les personnels rémunérés de Sodexo et Monizze, on travaille avec eux pour les autres types de chèques et donc on a juste activé les écochèques, vu qu'on était labellisé c'était...voilà. Il faut savoir qu'en acceptant les écochèques on est chaque fois commissionné dessus et les commissions c'est quelque chose qui.. elles sont bien quoi (rire). Donc Monizze et Sodexo aiment bien aussi et Edenred aussi travailler avec nous.

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Pour moi le tourisme durable, c'est vraiment l'air du temps. Alors il y a le tourisme durable qui veut le respect de la nature, le respect de l'environnement, euh etc. Mais pour moi ce tourisme durable doit aussi avoir un aspect avec le local, le bio, etc. Et je pense que pour quelqu'un, en fait on ne se rend pas compte mais, quelqu'un qui aime les parcs d'attractions, ils iraient même à Walibi. C'est facile enfaite de trouver des arguments pour se dire on va s'améliorer.

Parce qu'il y a beaucoup de choses qu'ils font déjà. Il y a des choses où il faut changer l'un ou l'autre fournisseur. Voilà, nous quand on dit qu'on est Green Key et bah dans le cahier des charges il est mis dans vos produits d'entretien, ils doivent être plus éco (parce qu'on a des produits industrielles). Bah nickel, on a regardé avec notre fournisseur et on a changé certains produits qui étaient bien évidemment plus cher parce que voilà, mais à partir d'un moment où vous voulez être durable, il ne faut pas se dire que ce sera moins cher. C'est un investissement et puis c'est une image de marque aussi. Et comme je vous le disais, nous on est dans la nature, on travaille avec nos arbres, donc on est vraiment dans le respect de la nature absolue. On veut être qualitatif, et donc ce durable cette qualité d'environnement, c'était logique pour nous quoi.

Alors on était au tourisme durable ensuite la deuxième définition c'est que signifie pour vous l'écotourisme ? Et est ce qu'il y a une différence entre les 2 ?

...La définition d'écotourisme pour les clients ?

Non juste l'écotourisme selon vous et la différence entre tourisme durable et écotourisme.

Ah... bah c'est une bonne question ça ! Pour moi, je dirais que c'est la même chose. Mais j'imagine que si vous me posez la question c'est qu'il y a une différence. Peut-être que l'écotourisme, ..., ouais non je ne sais pas.

Est-ce que vous avez toujours fait du tourisme durable ou vous avez développé une activité traditionnelle en tourisme durable ?

Ah on a toujours fait du tourisme durable parce que le parc il est là depuis 17 ans. Nos arbres ils sont exploités depuis 17 ans. On le fait toujours de manière qualitative mais c'est une démarche où il faut toujours se remettre en question. Ce n'est pas parce que vous faites un truc bien, que vous croyez que c'est bien, qu'il y'a pas des nouvelles techniques. Et les nouvelles techniques aujourd'hui aussi vont... et là je vais prendre l'exemple on est en train de mettre de nouvelles plateformes. C'est un nouveau fournisseur français avec des plateformes... Si vous voulez un arbre il grandit par son extérieure ok ? et donc euh notre plateforme à un moment... Ben chaque année enfaite quand nos amis nous demandent « mais vous faites quoi en hiver ? » mais on casse des plateformes, on en refait des nouvelles parce que l'arbre il grandit et donc vous devez laisser vivre l'arbre, s'épanouir sinon il va mourir. Et là il y a une nouvelle technique de plateforme dans lequel on arrive à justement moins étrangler...fin on ne doit pas étrangler nécessairement l'arbre mais on arrive vraiment à fixer dessus, etc. fin c'est très technique mais c'est beaucoup mieux pour l'arbre. Et donc voilà il y a des techniques, des nouvelles techniques, qui arrive donc c'est une remise en question chaque année mais chaque année on débat avec l'équipe. « Tiens qu'est-ce qu'il y a mieux à faire ? » etc. Et avec nos aventuriers aussi hein, avec les enquêtes de satisfaction. Parfois ils donnent des bonnes idées aussi en se disant « tiens moi je ferais bien... (je n'en sais rien je vous dis un exemple mais on le fait déjà) : trier les poubelles ou mettre une poubelle carton et des choses comme ça.

Ok. Donc vos motivations à faire du tourisme durable c'était vraiment pour l'environnement...

Oui mais c'est pour le... A partir du moment où pour moi vous faites une activité... euh en fait on est dans un sport nature ici. A partir du moment où vous faites un sport nature (qu'on fasse du kayak ou qu'on fasse de l'accrobranche) mais pour moi c'est inné de se dire bah... faisons attention à la nature ! Et les exploitants de kayak le font aussi. Attention à ramasser vos déchets, etc. Si vous offrez un moment en nature pour votre clientèle bah c'est inné de mettre derrière le respect de la nature etc. Je pense que voilà. Et puis une fois de plus c'est dans l'air du temps, les gens ils font attention à tout ça.

Lorsque que vous vous êtes lancé dans le durable, quelles sont les freins que vous avez rencontrés ?

Bah nous c'était surtout une... enfin durable on l'était mais peut-être pas partout. Mais quand on a vu la liste de critères du label Green Key... parce que c'est ça qui a officialisé et qui reconnaît vraiment le label et ben là on s'est dit « waouh y'a quand même pas mal de critères et beaucoup de critères pour les hôtels ! » Je vais vous prendre un exemple quand ils viennent faire ici leur test, ils ont un sac pour les douches pour voir le débit d'écoulement d'eau des douches et chez nous personne prend une douche ! Alors on en a dans le bâtiment ici pour notre personnel par exemple. Alors voilà et... notre personnel ne prend jamais de douche. On le met à disposition mais je vous dis y'a peut-être 5 douches par an qui sont prises ici parce que les gens rentrent chez eux et prennent une douche chez eux c'est plus agréable. Et donc voilà parfois il y avait de ces critères et nous on était là « ouh là là ! Comment on va faire avec ces critères, etc. » donc c'est vrai que pour un entrepreneur on aime bien des labels qui ne sont pas trop théorique et ce n'est pas le cas ici. C'est vraiment que des choses pratiques et pragmatiques euh mais quand vous voyez des critères vous vous dites « attends ça ça va pas chez nous et donc les critères du Green Key euh pour y répondre parce que vous devez répondre à quelques-uns avant de pouvoir accéder au label euh ben parfois vous vous dites... ouais mais le débit des douches euh les gens ne prennent pas de douche mais c'est un critère qui n'est pas dérogatoire donc vous vous dites « attends ce critère il faut le remettre en question quoi »

Pensez-vous que les freins que vous avez rencontrés peuvent dissuader certaines personnes de se lancer dans une activité de tourisme durable ?

Oui certainement oui parce que c'est un investissement donc derrière qui dit investissement dit de l'argent à investir et donc voilà. Moi je peux comprendre tout à fait qu'un petit parc a du mal à dire ouais dommage à refaire toute ma tuyauterie pour le débit d'eau ou je n'en sais rien ou refaire un bâtiment parce que mon bâtiment n'est pas éco et c'est directement de gros investissements. Maintenant voilà il y a une fois de plus c'est ça qui est bien avec le label Green Key il regarde la situation maintenant et il va vous dire « voilà vous devez vous améliorer chaque année » je pense que ça... au niveau nombre de points ça doit faire 3 pourcents quelque chose comme ça. Donc on doit s'améliorer et ça c'est bien c'est d'avoir une méthode progressive en disant « ok bon chaque année tac et on refait on refait et que tantôt si on doit recommander

des produits de lessive on va dire « mais attendez on va prendre celui-là plutôt que celui-là parce que ça rentre et on va faire chaque fois des petites choses comme ça.

Et donc vous avez des difficultés ou pas à être à la hauteur de ces améliorations chaque année ?

Euh pour l'instant on est dans le bon. Ils sont venus contrôler l'année passée. Et donc maintenant ils vont revenir l'année prochaine. Mais on a oui des difficultés parce que vous devez avoir les fournisseurs aussi euh des produits d'entretien nous ils viennent de France parce qu'en Belgique on ne trouve pas ce qu'il nous faut exactement sachant qu'on a besoin de beaucoup de produits différents. Que ce soit pour désinfecter les harnais, les machins, que ce soit pour le nettoyage donc évidemment. Mais une fois de plus c'est un investissement et qui veut le peut. On essaie du moins. On a toujours un souci dans ce label-là notamment. Ils parlent toujours de euh les produits qu'on vend au bar doivent être locaux, bio, Fairtrade, tout ce que vous voulez. Mais c'est très compliqué pas au niveau boisson parce que pour l'instant au niveau boisson on s'est remis en question et on a pas mal de jus de fruits locaux etc. Un autre exemple concret : avant on vendait du Minute Maid pomme mais on l'a supprimé l'année passée. Maintenant on travaille avec les jus du verger qui sont ici tout près à Thorembais. Voilà vous foutez dehors du Minute Maid qui fait partie de coca cola et vous rentrez un jus de fruit local. Et ils ont plusieurs saveurs et ça marche très bien. Mais au niveau nourriture c'est compliqué parce que, si vous commencez à fonctionner avec de la nourriture fraîche, déjà c'est compliqué de trouver des facteurs locaux en viande euh par exemple pour nos burgers on a déjà regardé. Euh et s'il pleut nous on n'a personne. Donc vu qu'on est une activité extérieure il y a toujours le ok il faut trouver l'équilibre entre se dire « je fais à manger euh bien, local, bio, et cetera. Vous regardez notre infrastructure on est un snack on n'est pas un restaurant. Donc on ne sait pas tout faire non plus hein. Je ne sais pas vous faire des moules frites et des choses comme ça. Et puis il faut regarder aussi si on achète beaucoup de frais s'il pleut on jette tout parce qu'on est ouvert le samedi, dimanche, hors période scolaire. Donc si vous ouvrez le samedi, enfin si vous commandez, vos commandes arrivent le vendredi mais le samedi, dimanche il fait dégueulasse vous allez prendre tout le week-end vous allez ouvrir votre courrier vous allez tout jeté c'est contre être durable évidemment contre nos valeurs aussi du gaspillage et du gaspillage comme ça inutile. Donc voilà mais il y a toujours moyen de s'améliorer. Un autre exemple qu'on a fait cette année on vendait des Twix, Snickers, Mars etc. on a foutu ça dehors et on a rentré des cookies, des moelleux qui sont faits ici à Limelette donc ici à Ottignies quoi par quelqu'un qui vient de se lancer qui fait du qualitatif et cetera. Et ça marche bien on est contents. Et voilà une fois de plus il y a toujours des choses à améliorer et de la remise en question mais ce n'est pas toujours évident parce que voilà un label à des critères et il faut pouvoir déroger parfois à certains critères.

Votre démarche responsable est-elle un point que vous mettez en avant vis-à-vis de vos clients ?

Euh oui. Maintenant les clients qui viennent chez nous viennent pas parce qu'on est responsables. Ils viennent pour faire de l'accrobranche. C'est évidemment un plus bah le fait

de payer avec les écochèques, les gens doivent se dire qu'il y a quelque chose derrière. Euh donc je pense que ça fait partie de l'image de marque qu'on veut donner. A partir du moment où vous voulez être qualitatif et bon dans ce que vous faites, vous essayez de mettre toutes les armes de votre côté parce que voilà un label ça vous permet d'avoir une reconnaissance officielle. Vous pouvez dire "ah moi je fais du durable" mais le label il est là en disant que voilà c'est un label européen bah voilà. Je vais prendre l'exemple on a le label cinq soleil de la région wallonne. Ah oui tiens c'est un bon exemple. On était quatre soleils et puis pour avoir le cinquième soleil grosso modo tous les critères étaient bons à part un. On n'avait pas de boutique souvenir mais chez nous une boutique souvenir n'a pas de sens. On ne veut pas vendre plus. On ne veut pas enfin c'est pas du tout notre optique. Donc on a fait une vitrine souvenir et on a eu le cinquième soleil. Mais voilà euh est ce que ça nous fait venir plus de gens non. Mais est-ce que ça permet d'être reconnu oui. Et donc ça c'est important parce que voilà c'est comme un hôtel si vous faites 4 étoiles ou 5 étoiles vous voulez toujours faire 5 et donc vous êtes mieux reconnu. Quand vous faites du 5 étoiles, on se dit bah voilà là y'a de la qualité quoi.

Pensez-vous que c'est un avantage d'intégrer le développement durable dans son activité touristique ?

Oui parce que c'est dans l'air du temps et parce que... davantage dans une activité touristique nature surtout là-dedans quoi.

Quels conseils pourriez-vous donner à des professionnels du tourisme traditionnel qui souhaitent s'engager dans la voie du développement durable ?

Je pense qu'il faut se rassurer. Il faut se dire que c'est possible. Ce n'est pas du jour au lendemain qu'on doit changer. C'est juste dans les réflexions mais parfois c'est dans le quotidien, dans les commandes qu'on prend etc. Il ne faut pas se dire que pour être durable je dois changer toute ma méthode. Il faut juste dire ok peut-être qu'au lieu d'acheter ce produit-là j'achèterai celui-là, au lieu de faire ça je ferai ça comme ça. Et en fait après c'est naturel. C'est voilà de la remise en question. Nous c'est ce qu'on a quand on fait notre carte bar, quand on pense à des choses on se remet en question. On se dit tiens attends on ferait bien ça comme ça plutôt que comme ça quoi.

Quel est selon vous le potentiel de la province du Brabant wallon comme terre de tourisme durable ?

Je dirais pour la Wallonie en tout cas je pense qu'il y a du potentiel. Je pense qu'en effet vous voyez si j'étais un gîte je mettrais des panneaux solaires. Ben voilà ça, ça contribue déjà à du tourisme durable pour un respect. Euh votre petit déjeuner au lieu d'acheter des choses emballées dans du plastique vous offrez un déjeuner sans plastique et des choses comme ça. Donc je pense qu'il y a du potentiel que ce soit dans le Brabant wallon ou dans toute la Wallonie.

Quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du Tourisme de la Province du Brabant wallon pour améliorer le tourisme durable dans le Brabant wallon ?

Mais je pense qu'il faut informer que ce soient les exploitants mais aussi informer la province à cet effet levier de pouvoir communiquer davantage. On n'a pas un budget pub pour communiquer comme quoi on est éco durable. La province pourrait s'il y a plusieurs acteurs dire voilà vous savez que telle attraction est durable etc. Donc je pense qu'ils peuvent aider dans la communication de ce que c'est le durable, des acteurs, enfin des attractions touristiques qui sont durables, des gîtes qui sont durables, des choses comme ça. Donc je pense qu'ils peuvent aider et ils peuvent aider notamment les personnes à acquérir justement ce label.

Pour finir comment voyez-vous l'avenir du tourisme durable ?

Je pense que ça ne peut qu'être positif dans le sens où comme je vous ai dit c'est dans l'air du temps. Les gens ils sont plus sensibles au respect de l'environnement et cetera. Donc je pense que c'est bien parti. Euh le fait qu'il y ait le confinement avec le covid et ben au final je pense que... moi quand je regarde ici les gens sont tellement contents de venir faire une activité dans la nature. Ils sont tellement contents de redécouvrir aussi le tourisme local. Et pour moi qui dit durable, local rentre aussi dedans en fait. Mais pour moi tout ce qui est local, durable et cetera, bah tout rentre dedans. Et donc la situation actuelle permet justement de se remettre un peu fin de je pense que c'est vraiment dans l'air du temps quoi. Les gens aujourd'hui ils veulent plus... Quand vous regardez le nombre de magasins bio maintenant qui a fleuri et cetera. Mais voilà ça confirme des tendances quoi.

Vincent de Ruelle – Villers Abbey

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Ah oui donc moi je suis responsable marketing à la Villers-la-Ville. J'ai rejoint l'équipe de l'abbaye y'a de ça maintenant 4 ans plus ou moins. Avant, j'ai travaillé dans le commerce international, dans le milieu de l'automobile, et j'ai travaillé aussi dans l'édition. J'ai fait un bachelier à l'EPHEC à Louvain-la-Neuve en marketing. Et donc oui maintenant en plus de mon travail à l'abbaye, je fais un master en gestion à l'UCL. Et donc euh en quoi consiste mon travail donc c'est tout ce qui touche de près ou de loin le marketing, un peu la communication, la stratégie pour l'abbaye de Villers, pour le développement de l'abbaye de Villers. Alors je m'occupe aussi du marketing de la sélection euh des prix et tout, pour tout ce qui est les articles de la boutique parce qu'on a aussi une boutique, donc le développement de la boutique qui apporte un chiffre d'affaires non négligeable à l'abbaye de Villers. Et donc je participe aussi et je fais aussi quelques événements. Par exemple j'ai mis en place le jardin du yoga. Donc qui est un événement yoga qui se passe à l'abbaye chaque année depuis maintenant... on va le faire pour la 4e année. C'est un événement qui a de plus en plus de succès. J'ai mis en place par exemple une soirée qu'on fait une fois par an pour Viva for Life. Tous les bénéfices sont reversés à Viva for Life. Et alors je m'occupe aussi un peu par passion euh de faire principalement en hiver des expositions temporaires sur le site de l'abbaye. Donc les

expositions temporaires moi je m'occupe généralement des expositions photos. Par exemple, j'ai déjà fait des expositions avec Nikos Aliagas le présentateur TF1, Elena Shumilova qui est une grande photographe russe qui est fort connu dans le monde et Lee Jeffries qui est un photographe anglais. Maintenant, j'ai lancé il y a il y a 23 semaines une exposition photo avec Matthieu Ricard le moine bouddhiste. Voilà pour ce qui est de la présentation. Peut-être pour que tu puisses un peu situer le site de l'abbaye de Villers euh on accueille approximativement 150 000 visiteurs par an. Ce qui est quand même pas trop mal à notre niveau tout en sachant qu'on est un peu excentré et qu'on n'est pas facile d'accès. On n'est pas le long d'une grande route touristique. Et la répartition c'est plus ou moins euh 60 000 visiteurs qui viennent pour visiter le site de l'abbaye (donc le patrimoine) des visiteurs qui viennent un peu tous les jours pour découvrir le site de l'abbaye. Et 90 000 visiteurs qui viennent pour tous les événements qu'on organise tout au long de l'année. Donc les événements sont quand même une grande part de la fréquentation de l'abbaye de Villers puisque ça représente 60% de la fréquentation plus ou moins. Et tout compris (du plus petit événement jusqu'au plus gros) on fait plus ou moins 80 événements par an. Mais il y en a certains qui sont organisés avec des partenaires. Et les événements ça va de 10 personnes à 6-7000 personnes maximum pour un événement.

Comment choisissez-vous vos partenaires ?

Nos partenaires sont évidemment choisis en fonction de nos besoins donc par exemple euh en fonction des qualifications dont on ne disposerait pas en interne donc ce qu'on veut sous-traiter par exemple, ce qu'on n'a pas les connaissances ou le temps ou les capacités de faire nous-mêmes. Et en général nos partenaires on regarde à ce qui puisse nous apporter chaque fois quelque chose de complémentaire. Donc par exemple nous nos partenaires dans la majorité c'est les partenaires événementiels. Et chaque fois les partenaires qu'on sélectionnait ben on regarde qui puisse apporter quelque chose de complémentaire à l'équipe. Donc par exemple l'événement de yoga je le fais avec une partenaire. Pourquoi ? parce que au sein de l'équipe de l'abbaye y'a personne qui s'y connaît assez en yoga que pour organiser une journée, donner des explications, et des cours. Et donc je fais ça avec une partenaire. Moi j' amène le site en lui-même, l'espace, la communication, la promotion et tout. Et elle amène le planning de la journée, la sélection des cours et tout ça tu vois. Donc chacun amène un peu ce qu'il peut. Mais il faut qu'on soit complémentaire parce que si on a les mêmes compétences ça sert à rien. On le fait nous-mêmes quoi tu vois. Il faut vraiment qu'il nous apporte quelque chose qu'on ne sait pas faire ou qu'on n'a pas le temps de faire nous-mêmes.

Et donc les principaux acteurs qui contribuent à produire les services offerts aux clients c'est les événementiels ?

Chez nous oui. Mais il y a pas que ça. Il y a aussi par exemple euh tout ce qui est les guides. Donc on travaille avec des guides pour tout ce qui est l'organisation des visites guidées en quelque sorte. Mais c'est des partenaires aussi euh pour le scolaire tu vois on accueille des classes scolaires tout au long de l'année. Là on travaille avec des animateurs guide qui s'occupe d' encadrer aussi le personnel scolaire parce qu'on n'a pas les compétences. Enfin si on a les compétences mais on a pas assez de personnes en interne que pour s'occuper de tous

les élèves donc on est obligé de prendre des personnes de l'extérieur. Donc c'est des partenaires quoi.

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Pour moi le tourisme durable en fait c'est promouvoir donc le développement touristique d'un site tout en prenant en compte les aspects environnementaux. Et euh je trouve que ça rejoint la notion de pouvoir développer le tourisme et le site mais sans impacter les ressources naturelles pour les générations futures et sans laisser de traces. C'est développer le site, développer son attractivité mais sans appauvrir les ressources et en minimisant un peu notre impact, notre empreinte carbone.

Comment définiriez-vous l'écotourisme ? Et voyez-vous une différence entre les 2 ?

Ecoute je t'avoue pour moi la notion est assez floue. Y a sûrement une petite différence mais je dirais que j'ai l'impression que le tourisme durable englobe un spectre plus large tu vois. Que c'est beaucoup plus large que l'écotourisme. Après je t'avoue que je me suis jamais posé vraiment la question sur la différence entre ces 2 notions et s'il y en a une. Et en général nous on a toujours l'habitude de parler de tourisme durable. Moi c'est ce que j'entends le plus souvent en tout cas je sais pas si c'est bien ou pas.

Et juste pour la petite info nous en 2018 à l'abbaye de Villers on a gagné le trophée incidence qui est en fait un trophée qui récompense le meilleur acteur de la province en termes de développement durable. Et donc c'est l'abbaye de Villers qui a gagné ce trophée. C'est mis en place par la province du Brabant wallon et donc on a été les gagnants de l'édition 2018 pour tout ce qu'on avait mis en place pour justement le développement durable.

Que signifie pour vous le marketing responsable ? Et comment peut-il s'appliquer dans le contexte du tourisme ?

Donc le marketing responsable oui euh bah pour moi c'est un peu en lien avec le développement durable. Donc on en gros c'est pour voir réaliser tous les processus nécessaires pour un développement marketing sans impacter la planète et les générations futures. Donc en faisant attention à l'environnement, à l'écologie, et tout ce qui s'ensuit dans nos actions de marketing et de promotion. Parce que tout le monde sait bien que le marketing et la communication ça peut être une activité peut-être néfaste si elle est mal gérée. Par exemple je prends l'exemple de placarder des affiches partout, d'imprimer des flyers qui la plupart du temps parfois se retrouvent à la poubelle ou des choses comme ça. Et c'est vrai qu' on est vite tenté à l'heure actuelle parce que je prends l'exemple des flyers (qui est quelque chose qui est pas hyper écologique). Il y a quelques années on avait peut-être tendance à en imprimer en grande quantité. Et je veux dire c'est dû aussi au fait que les prix sont de moins en moins cher avec la concurrence des grandes multinationales d'impression des pays de l'Est et tout ça. Ou par exemple des sites internet comme Vistaprint on sait imprimer 10 000 flyers pour même pas 100€. Donc on est un peu attiré par un prix bas. Mais parfois on n'a pas besoin d'autant de flyers. Et je trouve que imprimer des flyers qu'on utilisera pas (pour reprendre l'exemple des

flyers, il y a d'autres choses c'est parce que ici on est parti sur ça) je trouve que c'est pas respectueux de l'environnement et c'est participer à la déforestation en quelque sorte. Et donc par exemple on parlait de l'exemple des flyers mais il y a aussi euh les banderoles. Les banderoles publicitaires qu'on place le long des routes et des axes routiers c'est quelque chose qui est assez néfaste pour l'environnement parce que c'est des banderoles PVC à base de produits chimiques c'est pas du tout biodégradable. Donc à mon avis il faut des dizaines d'années avant que ce soit composté recycler . J'irai... et donc aller pour être transparent, nous à l'abbaye de Villers euh on continue à en faire parce qu'on remarque que ça marche en fait. On remarque que les gens voient souvent nos banderoles publicitaires. Mais ce qu'on fait donc on continue à en faire mais on essaye vraiment d'en faire le minimum, que ce soit vraiment réfléchi en amont. Donc qu'on fasse la quantité vraiment minimum nécessaire mais par contre en terme d'économie circulaire ce qu'on fait aussi c'est que les banderoles publicitaires qu'on affiche le long des routes, donc qui sont des grandes banderoles hein souvent on parle de peut-être de banderole de 1 mètre 50 sur 2 mètres ou des choses comme ça. Et ce qu'on fait quand l'événement est terminé et qu'on a plus l'utilité la banderole, on les récupère et on essaye de les transformer donc tu vois pour faire de l'économie circulaire. Et par exemple ce qu'on faisait avec les banderoles c'est qu'on les transforme en sac pour faire les courses là tu vois les grands sacs de par exemple 40 centimètres sur 40 centimètres que tu peux utiliser pour aller faire tes courses. Et donc en fait c'est une façon pour nous de réutiliser les banderoles de pas devoir les jeter. Et en plus de les revaloriser parce que on les revend après dans notre boutique comme ça c'est vraiment une économie circulaire. Et on essaie de de rien jeter et de pouvoir les réutiliser parce que en fait comme je t'ai dit les banderoles c'est prévu pour résister aux intempéries pendant des années et donc nous quand on les utilise par exemple je sais pas moi 4 semaines pour faire la promotion d'un événement. Après 4 semaines elles sont encore comme neuves les banderoles elles n'ont rien donc il est très facile entre guillemets facile de les réutiliser pour en faire un autre produit pour ne pas devoir les jeter en fait parce que ce serait dommage de les jeter et encore une fois on pourrait vite être tentés d'en imprimer en grande quantité et les mettre à la poubelle après. Mais nous c'est pas ce qu'on veut et pourquoi est-ce qu'on pourrait vite être tenter bah parce que encore une fois les prix sont vraiment très bas actuellement. Imprimer des banderoles j'sais pas moi pour 30€ t'as une banderole (peut-être pas à 30€ c'est un petit peu plus cher) mais je veux dire à l'échelle dans notre budget de communication la banderole c'est une petite part du budget. Voilà est-ce que c'est complet dis-moi ?

Euh oui moi je dirais que le marketing responsable c'est aussi pour faire sensibiliser les gens à consommer mieux, à faire attention à leur comportement, pour trier les déchets, aussi pour le tourisme il faut faire attention à l'environnement.

Ouais et ça je t'avoue que aussi aller on essaie aussi de sensibiliser les gens parce que aller tout ce qui est tri des déchets et tout, évidemment on le fait à l'abbaye et alors on essaye aussi (mais on doit encore s'améliorer) et créer des panneaux, d'expliquer aux gens tout ce qu'on fait pour le développement durable tu vois. Que les gens puissent un peu comprendre. Je vais te donner un exemple très facile. C'est que à l'abbaye de Villers on a une roue hydraulique une roue à eau hydraulique tu vois comme parce que c'est un ancien moulin. Donc on a une roue hydraulique

et avec cette roue hydraulique on fait plus ou moins 30% de notre électricité avec. Et donc en fait on utilise l'eau pour produire notre énergie. Et donc c'est des choses comme ça qu'on essaie d'expliquer aux visiteurs parce que en plus quand on leur explique ça les visiteurs ils trouvent ça génial quoi. Par exemple, ce qu'on fait aussi, c'est que on a une grande colline à l'abbaye. Il faudrait une fois que tu viennes voir, il faut venir visiter. Mais on a une grande colline et c'est une grande pâture si tu veux et ce qu'on fait c'est de l'éco pâturage comme ça ça évite de devoir tondre. Donc nous on gagne du temps et tu fais des économies aussi et tu dois pas utiliser des tondeuses ou venir avec des tracteurs et des choses comme ça. Et donc ce qu'on fait on met des animaux sur la colline. Et c'est de l'éco pâturage donc on a des on a des moutons en été. On met parfois des ânes, on a déjà eu des vaches aussi, tu vois, vraiment un peu toutes sortes d'animaux et donc c'est d'une pierre deux coup quoi. Nous on doit pas tondre et les animaux sont nourris avec l'air de la colline.

Est-ce que le site a toujours été dans une lignée de tourisme durable ou est-ce que cela était développé plus tard?

Ben écoute comme moi je t'ai dit ça fait 4 ans que j'ai rejoint le l'équipe de l'abbaye donc euh je peux pas parler pour le passé. Mais en tout cas quand je suis arrivé on essayait déjà de faire attention. Maintenant je pense que tout se développe de plus en plus. Il y a des choses qui ont été mises en place depuis que je suis là aussi donc j'ai vu des nouveautés. J'ai participé aussi à des choses. Après nous ça nous semble du bon sens de faire attention à ça. Maintenant je sais que ça allait peut-être pas forcément pour tout le monde mais nous on se voit mal faire autrement. Je trouve que c'est du bon sens. Je pense que les gens, par exemple pour le tri des déchets, bah on le fait chez soi pourquoi pas le faire quand on va visiter un site touristique aussi. Mais bon parfois il faut le rappeler hein je te cache pas que même les visiteurs parfois ils font pas très attention et c'est pour ça que nous on essaie de le signaler. Mais voilà après moi ça me paraît du bon sens. Qu'est-ce que j'allais dire j'ai un peu perdu le fil de mes idées. Oui je te dis ça fait déjà quelques années qu'on est dedans en plus je trouve que le cadre de l'abbaye se prête parfaitement à la mise en place d'un tourisme durable parce qu'on est vraiment dans un cadre magnifique un cadre très vert au milieu de la nature et la forêt et donc je trouve que ce serait vraiment dommage de ne pas aller vers cette tendance. En plus qui a une tendance très forte actuellement euh on peut pas nier tout le monde fait attention à l'écologie, à la durabilité tout ça. Donc moi ça me semble du bon sens et je pense que c'est très difficile d'aller à l'encontre de ça. Et puis je pense que c'est aussi un signe de bienveillance pour les générations futures quoi. C'est pouvoir leur laisser une terre qui ne sera pas appauvrie et de leur laisser des ressources quoi en fait. Et par exemple ce qu'on essaie de mettre en place aussi on essaye de promouvoir la mobilité douce. Donc notamment que les gens puissent venir en vélo donc comme ça, ça participe à la décongestion un peu du site. Et pour se faire par exemple ce qu'on a fait c'est que donc on a instauré des parkings à vélo. On est labellisé aussi. On a le label bienvenue vélo donc parce qu'on a une trousse de secours pour les réparations des choses comme ça tu vois, pour si les gens crèvent leurs pneus ou cassent une petite pièce bah ils savent réparer chez nous. Donc on a le label bienvenue vélo. Et ce qu'on fait aussi c'est que par exemple sur notre parking on a installé des bornes de recharge pour vélos électriques. Donc les gens qui viennent en vélo électrique, si leur vélo est déchargé, ils peuvent le recharger chez

nous. Voilà c'est quelque chose qu'on fait euh et donc c'est notre manière (à notre échelle) de participer au développement durable. Un autre exemple qu'on avait essayé de mettre en place aussi c'est de la lombriculture tu vois pour nos compost avec des vers de terre. Donc que les vers de terre puissent participer au compost de tous nos déchets organiques quoi.

Et donc les motivations du site à faire du tourisme durable ce serait quoi en quelques mots ?

Bah écoute j'ai envie de te répondre simplement que pour moi c'est du bon sens (ça c'est un point de vue personnel que je te réponds ça). Et puis je trouve d'un point de vue marketing c'est une tendance forte. Les gens font de plus en plus attention à ça. Je lisais justement encore cet après-midi un article qui disait que au niveau mondial 66% de la population en 2015 était prête à payer un supplément pour un produit ou service qui répondait à des normes écologiques et durables alors que une année avant en 2014 c'était même pas 50%. Donc on voit que ça augmente fortement. Donc pour moi d'un point de vue marketing c'est clairement un concept aussi qu'on peut pas se permettre en fait de ne pas le faire je trouve. Pour moi ça doit être prise en compte et je pense que si on le faisait pas les gens seraient choqués. Tu vois tu viens à l'abbaye, imagine on trie pas les déchets, on fait rien pour le développement durable, je pense que ça nuirait à l'image de de l'abbaye. Et donc d'un point de vue marketing moi je pense que pour l'image de l'Abbaye c'est primordial qu'on respecte l'écologie quoi.

Est-ce que vous avez vu des obstacles ou des freins pour continuer dans le tourisme durable ?

Ecoute je t'avoue que y'en a pas qui me viennent à l'esprit directement. Après oui c'est comme tous les changements ça demande un peu de bonne volonté. Et il faut persister au début. Par exemple quand on a dit on va faire de l'éco pâturage ah ben voilà qui dit éco pâturage dit animaux. Ben les personnes chez nous qui doivent s'occuper de tout ça ils vont peut-être dire « nous on va pas s'occuper d'animaux en plus, c'est du boulot, il faut les nourrir, il faut leur donner à boire, et tout » alors que la tondeuse on la sort une fois par semaine et c'est fait quoi. Donc oui y'a parfois une petite résistance mais honnêtement je trouve que ça reste assez minime par rapport aux enjeux en fait que ça représente.

Et donc vous avez pas eu un frein financier ?

Ecoute freins financiers à ma connaissance j'ai envie de dire que non. Et je vais t'expliquer pourquoi aussi. C'est que en tant qu'ASBL on a la chance de bénéficier de de subsides notamment du CGT (commissariat général au tourisme) et donc ça veut dire par exemple bah la rénovation de la roue hydraulique elle a été prise en charge tu vois. Donc il y a des choses pour lesquelles on a des subsides. Par exemple, les bornes de recharge pour vélos électriques, je pense qu'on avait répondu à un appel à projet donc on a eu aussi un subside qui couvre pas 100% des dépenses mais qui couvre une grosse partie des dépenses. Donc en tant qu'ASBL on est quand même bien aidé. Après je sais pas si un site touristique privé je pense pas qu'il puisse bénéficier de tous les subsides dont on dispose. Après il y a des appels à projets comme

les bornes électriques je pense où c'était ouvert à tout le monde. Mais après y a d'autres projets bah il faut rentrer dans les critères d'éligibilité voilà.

Est-ce que vous avez des difficultés que vous rencontrez aujourd'hui ?

Si je sais les difficultés qu'on rencontre? Bah honnêtement je trouve que... Ah je dirais le plus dur c'est pas mettre en place euh toutes les idées en termes de développement durable et tout. C'est pas être créatif. Mais le plus dur c'est de les maintenir dans le temps tu vois. Par exemple tu prends l'exemple tout simple du tri des déchets tu te dis ah bah oui c'est tout con à mettre en place. Tu mets des poubelles sélectives un peu partout et puis c'est parti. Maintenant ce qu'il y a derrière, ce qui est demande le plus d'énergie, c'est comme pour tout c'est de maintenir que les poubelles soient tout le temps là que... c'est con mais que les autocollants qui marquent attention là c'est les déchets organiques là c'est les papiers bah qu'ils soient toujours à côté parce que parfois comme nous tout est dehors bah avec le temps et tout ça ben... Donc il y a quand même une petite maintenance derrière tout ça et donc c'est chaque fois veiller à ça. Sinon honnêtement je pense je vois pas vraiment de grosses difficultés parce que en plus la chance chez nous c'est que tout s'est mis en place de façon progressive et naturelle. Donc en fait on n'a pas tout fait d'un coup on a fait tout petit à petit et donc au final tous ces petites actions du quotidien et qu'on a fait au fur et à mesure des années bah au final ça fait que on est assez bien placé maintenant (même si on peut toujours s'améliorer). Par exemple regarde les poubelles ça fait peut-être (j'sais pas moi j'invente) 10 ans qu'on fait des poubelles sélectives, la roue hydraulique ça fait plus ou moins 5 ans qu'elle est en place, donc tu vois tout s'est pas fait à la même période. C'est petit à petit. Après par exemple on a remplacé toutes les lampes dans les bureaux par des lampes LED pour que ça consomme moins d'électricité. Bah ça c'est fait l'année dernière par exemple tu vois. Donc on fait au fur et à mesure et en faisant au fur et à mesure ça permet que la charge de travail ne soit pas trop lourde à un moment donné voilà.

Connaissez-vous les critères de tourisme durable (de la clé verte) qu'il faut respecter?

Ecoute là je vais te décevoir mais je les connais pas tous. Et en fait je t'explique pourquoi. Donc nous on est labellisée Clé Verte depuis seulement quelques semaines, ça fait 4 semaines, donc tu vois ça fait un mois seulement ce qui est assez court et donc euh c'est une de mes collègues qui s'est occupée du dossier. Donc c'est pas moi qui m'en suis occupé. Elle s'est chargée de remplir tous les critères. Je l'ai eu en ligne 2 minutes avant notre réunion et donc grosso modo en fait on n'a pas eu beaucoup de choses à mettre en place en plus pour obtenir le label Clé Verte parce que comme je viens de te l'expliquer on faisait déjà pas mal de choses. Et on l'a fait petit à petit. Donc en fait tout ce qu'on faisait déjà a contribué à obtenir la Clé Verte. Donc en fait ça a pas demandé vraiment un gros effort et donc l'effort était plus du côté administratif en fait pour l'obtention de la Clé Verte. Donc c'est par exemple rassembler des documents euh rassembler les papiers.

Quel a été pour vous le critère le plus dur à réaliser ?

Nous c'était pour les eaux usées. Et donc par exemple c'était plus rechercher les preuves au niveau administratif et tout ça tu vois parce qu'il fallait prouver qu'on respectait les démarches demandées pour la collecte et l'évacuation des eaux usées et tout ça. Comme nous c'est en plus c'est un site très vieux il y a eu beaucoup de changements de personne et tout donc ça a été plus des recherches de ce côté-là voilà. Et alors ouais ce qui complique aussi un peu la chose, pourquoi tout le monde n'est pas encore au courant des critères bah parce qu'avec la période actuelle dans laquelle on fait cette interview on est quasiment tous en télétravail et donc on n'a pas eu beaucoup l'occasion de communiquer entre collègues et ce qui doit encore être fait. Donc là comme je viens de te le dire ça fait qu'un mois qu'on a le label donc ce qui doit encore être fait c'est qu'il y a un mail général qui va être fait à toute l'équipe donc tout le personnel de l'abbaye pour un peu expliquer et ben qu'on a eu la Clé Verte voilà. Tout ce que ça demande et voilà un peu les critères qu'on doit respecter quoi voilà. Donc c'est la situation sanitaire qui fait que tout le monde n'est pas au courant de tout.

Votre démarche responsable est-elle un point que vous mettez en avant vis-à-vis de vos clients ?

Euh on le fait même si on pourrait le faire encore plus. Donc par exemple simplement indiqué sur notre site qu'on a le label Clé Verte c'est le mettre en avant tu vois. Et je pense qu'on a tout intérêt à le faire et on a aucun intérêt à pas le faire aussi tu vois. Donc des choses comme ça, par exemple participer à des trophées comme le trophée incidence du Brabant wallon là dont je t'ai parlé en début d'interview, bah clairement ça a été médiatisé puisque on a eu des articles de de presse grâce à ça. Et donc clairement dans l'inconscient collectif des gens quand ils voient que l'abbaye de Villers fait tout ça mais je trouve que ça augmente notre capital sympathie et c'est positif pour nous. Et je sais que... aller moi j'ai déjà discuté avec les intervenants avec qui ils sont forts tourner développement durable et il y en a qui connaissent l'abbaye de Villers justement parce qu'on a obtenu le label Clé Verte et qui s'intéressent aux sites qui ont par exemple ce label. Ici c'est un exemple mais donc voilà. Oui on le met en avant et oui on est fier de ce qu'on fait pour le développement durable même si on pourrait encore le faire plus tu vois.

Par exemple sur les réseaux sociaux vous en parlez pas beaucoup non plus...

Mais t'as peut être raison mais je me demande si on n'avait pas partagé une publication sur la page de l'abbaye quand on a obtenu le label Clé Verte.

Oui sur Facebook mais pas Instagram.

Instagram c'était un peu plus compliqué avec parce que c'est un réseau sociaux d'images, de vidéos fin... et plus imagé donc on l'avait pas encore fait. Et Instagram on l'avait un peu abandonné ces dernières semaines. Là on commence juste un peu à s'en réoccuper c'était pour ça qu'on n'avait pas mis sur Instagram. Mais je sais qu'on l'a mis sur Facebook euh et je pense qu'on l'avait mis aussi sur Twitter. Après je pense qu'on a fait aussi un communiqué de presse. Donc nous on a toute une équipe communication avec un service presse mais je pense qu'on avait communiqué l'info aux médias. Je pense aussi (il faudrait que je vérifie) mais à mon avis

on va recevoir (si on l'a pas déjà eu) un autocollant par exemple qu'on peut mettre sur la porte d'entrée de l'abbaye pour montrer qu'on est bien labellisé Clé Verte et des choses comme ça quoi. Et après on doit trouver le juste équilibre parce que je veux dire on va pas en parler non plus toutes les semaines sur nos réseaux sociaux ni sur Facebook tu vois. Parce qu'il y a des visiteurs, on veut pas les noyer d'informations avec ça non plus tu vois. Il faut trouver un juste équilibre entre les informations sur l'abbaye, les informations sur le développement durable les publications sur les événements tu vois, avec les événements Facebook. Il faut trouver un équilibre de tout quoi. Je sais bien que les gens qui adorent le développement durable voudrait qu'on en parle plus mais il faut essayer de contenter un peu toutes les personnes qui nous suivent sur les réseaux quoi. Et je pense qu' on avait une vidéo aussi qui avait été fait à l'époque du trophée incidence avec tous les points qu'on prenait en considération justement à l'abbaye de Villers comme la roue hydraulique, l'éco pâturage, l'éclairage,...

Oui j'avais vu une vidéo pour la Clé Verte je pense sur l'abbaye de Villers.

Ouais mais il y en avait une aussi sur le trophée incidence. A mon avis tu dois pouvoir la retrouver si ça t'intéresse sur internet.

Pensez-vous que c'est un avantage d'intégrer le développement durable dans son activité touristique ?

Bah oui je pense que oui. On a déjà répondu mais je vais vite re synthétiser clairement. Oui c'est un avantage euh parce que clairement je pense que les gens font de plus en plus attention à ça donc le public fait de plus en plus attention à ça. Donc je pense que si on ne le fait pas ça pourrait même nous desservir sur le long terme.

Quel conseil pourriez-vous donner à des professionnels du tourisme traditionnel qui souhaitent s'engager dans la voie du développement durable?

Euh mais c'est déjà d'en être convaincu soi-même, que c'est vraiment quelque chose d'important à réaliser. Et puis euh je dirais que le plus important, comme pour beaucoup de projets, c'est pas spécifique pour le développement durable mais c'est de commencer petit à petit. Et euh de pas vouloir tout faire au début d'un coup parce que si on veut tout faire d'un coup ça doit être fort onéreux. Ça peut demander peut-être des frais de développement, soit ça risque d'être beaucoup de travail et alors on risque de se décourager de pas le faire. Moi je trouve qu'il vaut mieux y aller étape par étape et mettre en place quelque chose de facile comme le tri sélectif par exemple. Et puis une fois que ça tourne, c'est ancré un peu dans les habitudes du personnel et des clients et ben on passe à une autre étape et ainsi de suite quoi. C'est pas la façon la plus rapide évidemment mais je trouve que pour que ce soit durable dans le temps et que ça marche je trouve que c'est une bonne façon.

Quel est selon vous le potentiel de la province du Brabant wallon comme terre de tourisme durable ?

C'est un peu dur comme question je trouve. Je sais pas je t'avoue que c'est un peu vague à mon sens. Mais allez je pense que le Brabant wallon a une belle région. Je trouve qu'il y a un potentiel en Brabant wallon. Il y a un potentiel dans toutes les provinces, pas uniquement dans le Brabant wallon. Mais je trouve que voilà on est une province relativement verte avec des coins de nature de la campagne et là la force qu'on a c'est que on est à côté de Bruxelles qui est la capitale est une grande ville donc je trouve que on peut servir d'exemple pour d'autres choses voilà. Je sais pas c'est un peu confus je t'avoue que j'ai pas trop la réponse à cette question.

Quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du Tourisme de la Province du Brabant wallon pour encourager le développement du tourisme durable dans le Brabant wallon ?

Je pense que la province du Brabant wallon fait déjà des actions. Donc aller je pense qu'il s'en sort déjà pas mal. Mais non on peut toujours faire mieux tu vois euh mais aller tu vois moi je...pour être souvent en contact avec la province, je sais qu'ils en tiennent compte euh je sais qu'ils sont assez dynamique de ce côté-là aussi. Et la preuve c'est que ils ont mis en place un trophée pour récompenser le meilleur acteur de la province du Brabant wallon en termes de développement durable tu vois. Donc je trouve que la province du Brabant wallon est consciente de l'impact que ça a. Et à ma connaissance je sais pas s'il y a d'autres provinces en Wallonie qui mettent par exemple en place un trophée pour récompenser les acteurs économiques de leur région qui prennent en considération le développement durable donc je trouve que aller c'est déjà vraiment pas mal. Après oui on peut toujours faire plus mais voilà moi je pense qu'ils font déjà de belles choses.

Et pour finir, comment voyez-vous l'avenir du tourisme durable ?

Bah moi je le vois se renforcer. Et que l'importance du tourisme durable soit de plus en plus forte. Ah et que ce soit pas juste pour les attractions mais que tout le monde en prenne de plus en plus conscience quoi. Et moi je pense que tout le monde est obligé d'en tenir compte. D'ailleurs je vois même dans les écoles et comme tu le sais à l'UCL la RSE (responsabilité sociétale des entreprises) c'est aussi quelque chose qui est enseigné. Donc on l'enseigne de plus en plus aux écoles et je pense que bah voilà tout le monde à son niveau doit en tenir compte. Et je pense qu'on est parti pour un bon moment dans cette lignée du tourisme durable. Et je pense que c'est quelque chose de très positif et qui est pas forcément coûteux et qui peut même à terme nous permettre de faire des économies quoi je pense.

Moune Lachapelle – Folon Foundation

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Alors moi je suis Moune Chapelle. La fondation Folon est une fondation privée. C'est l'artiste Jean-Michel Folon qui a créé sa fondation il y a 20 ans maintenant. Lui est décédé en 2005. Donc pendant 5 ans il aidait énormément. Euh donc quand on parle de tourisme durable il faut se dire que je sais pas si enfin vous m'avez dit que vous connaissiez peu Folon. Folon en fait a

travaillé durant quasiment toute sa carrière pour soutenir des grandes causes humanitaires. Il a illustré la déclaration universelle des droits de l'homme. Il a fait des affiches pour Greenpeace, pour Unicef,... Il a été très actif et déjà bien avant l'heure. Je veux dire déjà dans les années 60 lui il parlait de l'environnement. A l'époque on parlait pas encore d'écologie. Mais donc l'environnement est une des grandes thématiques de Folon : l'environnement, les droits de l'homme et donc les droits de l'enfant. Donc à la fondation en fait on ne s'inscrit pas dans une démarche euh de tourisme vert. C'est pas vraiment ça mais voilà on a une mission sociale qui va vraiment très loin. Donc on soutient également toutes les personnes porteuses de handicap. Donc les personnes porteuses de handicap qui viennent à la fondation ne paye pas l'entrée du musée et nos accompagnants non plus. Nos bénéficiaires sont reversés à des associations. On a différents types de guidage qui prône l'inclusion. Donc si bien pour les personnes à mobilité réduite que pour les personnes porteuses d'un handicap mental, déficients, visuels ou aveugle. Donc y'a vraiment un panel très large que ce soit pour enfants ou adultes. Euh qu'est-ce que je peux vous dire d'autre... Donc y'a pas comme certaines associations touristiques qui aujourd'hui se mettent un point d'honneur à fonctionner de manière beaucoup plus écologique. Nous c'est vraiment axé sur le message. Et donc nous sommes ambassadeurs de ce message d'écologie, d'environnement que prenait l'artiste depuis toujours.

Et donc vous vous occupez de quoi dans le de la fondation ?

Alors moi je suis la coordinatrice donc la responsable du service des publics. Donc ça veut dire que les activités pour les visiteurs que ce soit in situ ou ex itou et donc ça chapeaute les services : l'accueil, le service de réservation, le service de shop, donc tout ce qui touche réellement aux visiteurs et à la mission pédagogique également du musée donc tout ce qui est atelier et différentes activités que nous organisons durant l'été également.

Comment la fondation choisit ses partenaires ?

Alors je dis nos partenaires mais on a déjà toutes ces associations, ces espèces avec lesquelles on travaille. Je pense par exemple au centre l'Essentiel à Lasne qui donc est un centre pour personnes porteuses de handicaps physiques et mentaux. Et il y a plusieurs personnes de l'Essentiel qui se sont formés pour devenir guide à la fondation. Donc ça ce sont des types de guidage que nous mettons en place. On a travaillé avec le OENA (Œuvre Nationale des Aveugles) qui aujourd'hui s'appelle Eqla donc l'office national des aveugles. Encore aujourd'hui j'étais en contact avec une jeune ASBL qui prône le loisir pour les personnes à mobilité réduite et donc qui souhaiteraient venir à la fondation être nos partenaires. On travaille également avec les rênes de la vie qui est un centre de hippothérapie qui est également dans le parc Solvay. Donc voilà nos partenaires ont généralement la même mission sociale que nous. On a d'autres partenaires évidemment dans la presse ou dans d'autres domaines pour la communication parce que la fondation il y a également un service de recherche scientifique pour les œuvres de Folon. Donc notre mission est assez variée.

Quels sont les acteurs qui contribuent à produire le service offert aux clients ?

Les acteurs qui contribuent à une mission muséale donc voilà nous on remplit notre mission muséal donc on parle pas de clients on parle de visiteurs parce qu'on n'est pas là pour leur vendre quelque chose. Ce sont des gens qui viennent visiter et s'immerger dans l'univers de Folon donc on envisage les choses plutôt de cet ordre-là. On promeut de la culture on ne vend pas un bien. Evidemment s'ils passent au shop et qu'ils ont envie de repartir avec une carte postale ou un carnet de dessin là on peut parler de clients mais disons qu' on n'envisage plus les choses comme le plaisir de prolonger la visite.

D'accord.

Dit tout à l'heure (parce que j'ai lu le dossier que vous m'avez envoyé) dans les petites choses qu'on fait également qui sont peut-être un peu plus anecdotique mais disons qu'on choisit toujours nos partenaires avec beaucoup... On fait une sélection assez drastique parce que la fondation est très souvent sollicité, parce que l'image de Folon est très connu notamment à l'étranger, encore plus que chez nous, en Italie, en France, au Japon, aux Etats- Unis. Et donc là dernièrement on a coopéré avec une marque de scooter électrique. Et donc on a mis à disposition un visuel de Folon. Donc c'est une série limitée mais donc il y a des scooters avec un visuel de Folon qui sont en vente voilà. C'est de l'énergie renouvelable donc c'est très bien. Il y a également une nouvelle visite guidée qui s'est mise en place (mais quelques semaines donc) sur laquelle on travaillait depuis un an qui est une visite guidée du parc Solvay. Mais pas vraiment du parc en fait c'est un musée dans un parc. Donc pourquoi la fondation Folon se trouve dans ce magnifique parc. Et donc ça fait des parallèles entre Folon et les Solvay. Et là on parle des arbres remarquables du domaine, de la gestion de ce genre de domaine, de la responsabilité de chacun de respecter cet environnement, de le soigner, de le magnifier, donc là encore je veux dire c'est une manière pour nous de transmettre notre message. Je regarde mes notes en vous parlant. Euh vous parliez bah voilà dans les collègues, c'est pas imposé par la direction, mais quand on travaille dans un environnement qui a de telles valeurs forcément c'est que nous même on a on s'est aussi posé pas mal de questions. Donc avec les collègues, on a installé un compost pour nos déchets de midi, nos épluchures,... Le tri sélectif oui on le fait dans les ateliers. Par contre c'est vrai qu'il n'est pas possible pour nous de le faire dans la cour parce qu'on est dans un cadre en fait le bâtiment est classé. Et donc même pour ajouter une poubelle enfaite supplémentaire c'est des démarches administratives très lourdes. Donc voilà mais dans tout l'intérieur de nos locaux nous avons du tri sélectif.

Et alors que pensez-vous du tourisme dans le Brabant wallon?

Mais je pense qu'il y a une belle dynamique depuis quelques années haha et une belle entraide également. Donc c'est vrai qu'on a des partenariats avec d'autres musées. Là on vient de faire une exposition des sculptures de Folon à Villers-la-Ville. Et on est très souvent en lien avec le musée Hergé et d'autres... avec Waterloo aussi. Donc voilà, tout ce petit monde s'entend bien. Nous nous soutenons les uns les autres. On n'hésite jamais à se mettre autour de la table pour discuter. On a un partenariat également maintenant et on va faire des échanges culturels avec euh FeliXart qui est en Flandre. Mais on essaie vraiment d' ouvrir nos horizons et de décloisonner également pour tout ce qui est un petit peu blocage culturel. On est vraiment à la

frontière linguistique mais d'un côté à l'autre c'est vrai que à quelques kilomètres de différence on ne voit pas forcément la culture de la même manière.

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Pour moi le tourisme durable et bien en fait c'est... ça devrait être le tourisme évident. C'est à dire qu'il y a encore du travail de conscientisation à faire. Mais pour moi qui travaille dans le secteur depuis quelques années, tous nos gestes tendent vers ça. Et donc pour moi ça consiste en une démarche respectueuse de l'environnement, de l'humain. Je pense qu'il n'y a pas besoin de dire plus que ça. Mais c'est vrai que c'est revenir à cette essence-là, de tous nos actes y compris dans le tourisme.

Et donc est ce que vous considérez la Fondation Folon comme étant dans le tourisme durable ?

Par les messages que nous prenons oui. Nous sommes vraiment des semeurs de graines. On travaille énormément avec le scolaire qui vient pour des activités mais je vous dirais que nous sommes un organisme culturel avant d'être un organisme touristique. Alors la culture intéresse les touristes mais ce n'est pas un centre récréatif. Il faut faire la différence qui est très importante en fait parce que nos objectifs sont totalement différents. Il y a une réelle mission. On n'est pas là pour s'amuser. Ce qui est très bien je veux dire qu'on a tous besoin de s'amuser, de moments récréatifs. Ici la mission de la fondation Folon est prise très au sérieux.

Comment définiriez-vous l'écotourisme ? Et voyez-vous une différence entre les 2 ?

Mais je vous dirais puisqu'ici c'est pas trop le propos pour la fondation. Donc là c'est peut-être... je vous laisserai peut être plus poser la question à des partenaires qui sont réellement axés vers ce champ de vision. Ici je ne pourrais vous donner qu'un avis personnel ce qui n'est pas le but puisque ici je vous parle de de la fondation. Pensez-vous que toutes nos publications sont faites sur du papier recyclé sur ce genre de chose oui forcément.

Pensez-vous que c'est un avantage aujourd'hui d'exercer une activité touristique durable ?

Bah oui c'est incontournable même. Je pense que voilà au point de vue sociétal, on essaye de négocier un virage pas facile à prendre. Euh mais je vous dirais que nous ça fait partie de nos préoccupations depuis l'ouverture de la fondation, et pour Folon ça faisait partie de ses préoccupations depuis les années 60. Donc c'est pas quelque chose de neuf mais c'est quelque chose auquel il faut s'adapter, ce qui n'est pas toujours évident parce qu'il y a pas mal de contraintes.

Quand vous parlez de contraintes, à quoi vous pensez ? (= freins)

Tout simplement par exemple le tri des déchets. Quand on voit qu'on est dans un endroit magnifique, qu'on est dans un parc de 257 hectares dans un bâtiment classé donc on est déjà

dans un environnement hyper privilégié. Alors on met des panneaux partout dès qu'il y a la migration des grenouilles. C'est un endroit vraiment euh qui a du sens. Mais pour pouvoir avoir des conteneurs pour le tri sélectif, en fait les camions ne viennent pas jusque dans le parc. Si on voulait le faire on devrait payer une société privée et ce serait des coûts qu'une fondation (on est une fondation privée donc on n'a pas de subsides) donc on ne peut pas se permettre ce genre de chose. Donc on a un employé qui s'occupe de la maintenance qui va tout le temps déposer notre poubelle de tri sélectif à la déchetterie. Mais c'est un coût en personnel aussi donc c'est une solution qui n'est pas l'idéal pour nous mais on n'a pas le choix.

Et concernant la gestion de l'énergie et la gestion de l'eau ?

Alors au point de vue de la gestion de l'eau bah en fait l'eau est captée dans une nappe phréatique dans le parc donc on est un peu hors circuit pour tout ça. Et comme le bâtiment est très vieux et qu'il ne nous appartient pas il y a un bail emphytéotique que le bâtiment ne nous appartient pas. Donc c'est vrai que là malheureusement on se retrouve avec des installations qui sont renouvelées mais pas aller aussi loin que ce qu'on ferait dans notre démarche. Cela appartient à la Région wallonne.

Est-ce que vous vous connaissez un peu le label Clé Verte ?

J'ai été le voir tout à l'heure. Je ne connaissais pas. Visiblement c'est un label français.

Oui et ici c'est l'IEW qui a repris pour la Belgique. Et donc il y a un an ça s'est ouvert pour les attractions. Mais vous avez pas du tout pensé à obtenir le label Clé Verte ? (= envie de développer une activité durable)

Ah non parce que voilà déjà bon on participe à l'attraction et au tourisme mais ce genre d'organisme... mais c'est pas moi qui suis en gestion de ça non plus et je n'ai pas entendu parler en tout cas de ce genre de démarche.

Et donc est ce que vous avez regardé un peu les critères ?

Oui je les ai regardés. Je vous ai dit les plus grandes contraintes que j'ai pu rencontrer en lisant le document était par rapport au bâtiment voilà. C'est un bâtiment qui a plus de 200 ans, c'est une ancienne ferme donc voilà. C'est une des problématiques que nous rencontrons, notamment également pour la conservation des œuvres parce qu'il a des grandes variations de température dans le bâtiment euh et donc c'est toujours un peu le chat qui se mord la queue parce que Folon a décidé d'implanter sa fondation à cet endroit-là donc il y a le respect également de ce que souhaite l'artiste. Mais le bâtiment fait que nous ne pouvons pas faire ce que nous voulons niveau gestion énergétique.

Comment voyez-vous l'avenir du tourisme ?

Je le vois très bien ! En fait et euh je me dis c'est peut être un des seuls avantages que ce covid nous a amené, je pense que les gens commencent à prendre l'habitude également de faire du tourisme local ce que je trouve fabuleux. (Il va falloir vous y mettre, il va falloir venir à la

fondation). Donc on a toujours tendance à regarder ce qu'il y a loin de chez nous en pensant qu'on va pouvoir se faire du bien et se reposer en allant loin mais non en fait il y a énormément de choses juste à l'autre bout de la rue. Et donc ça je pense que c'est vraiment une belle carte à jouer. Et donc que le tourisme se retrouve une seconde jeunesse aussi parce que ça nous empêchera pas d'avoir du public qui vient de l'étranger. On a énormément, hors temps de covid bien sûr, de public qui vient de l'étranger. Et là depuis la réouverture parce qu'on vit énormément dans nos coquilles donc samedi mais c'est génial.

Pour finir, quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du Tourisme de la Province du Brabant wallon pour encourager le développement du tourisme durable dans le Brabant wallon ?

Mais de pouvoir faciliter les choses pour tout ce qui est structurel. Voilà je vous parlais tri sélectif, je vous parlais de ce genre de chose là. Voilà tout ce qui est au niveau des primes également que l'on peut avoir pour de nouvelles installations. Parfois ce sont des dossiers tellement compliqués ben que ça rebute plus d'un voilà. Si on n'a pas une nouvelle infrastructure, si on ne fait pas construire un nouveau bâtiment où tous ces points sont pris en compte dès le départ c'est pas évident. Quand on est dans un vieux bâtiment qui a du charme, qui a une histoire, qui fait partie du tourisme parce que les gens viennent chercher de l'histoire. Euh de pouvoir être réellement raccord avec la volonté que pourrait avoir l'organisation.

Quentin Debbaudt – Wellington Museum

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Alors ici je suis responsable de collection, donc je gère tout ce qui est collections, tout ce qui est entreposage de collection, restauration, conservation. C'est important dans un musée. Mais aussi c'est moi qui m'occupe des publics, donc notre obligation envers le public, comment accueillir les publics, je guide aussi beaucoup ici pour le musée, et comment finalement présenter l'objet Musée Wellington aux différents types de publics que nous connaissons aujourd'hui. Et sur le côté j'ai aussi une activité de guide conférencier donc voilà je suis souvent en contact avec des groupes partout en Belgique. Donc on a vu la portée des questions que vous nous posiez et on s'est dit que ce serait plus intéressant que ce soit moi qui réponde.

Comment choisissez-vous vos partenaires ?

Alors comment on choisit nos partenaires, il faut savoir que la Belgique est un état assez fédéral. Donc en fait on a des partenaires régionaux, essentiellement aussi des partenaires et bien de la fédération Wallonie-Bruxelles. On a cette particularité qu'on est un ancien musée. On date de 1955. Et donc on avait parfois des partenaires qui sont maintenant passés dans d'autres régions. Avant qu'on ait créé les régions en 95, bah on était dans la ville de Bruxelles et on a encore cette particularité d'être le seul musée par exemple dans Brussels Museum qui est l'organisation des musées bruxellois alors que territorialement on est plus sur Bruxelles. Donc en tant que partenaires, ils sont assez nombreux. Vous avez donc Brussels Museum mais

vous avez aussi musées et société en Wallonie donc ça c'est des partenaires avec qui nous travaillons, nous créons du contenu, on crée aussi des actions. On a aussi comme partenaire Wallonie Bruxelles tourisme. Wallonie Bruxelles tourisme c'est dans la Région Wallonne et bien l'agence si vous préférez qui est chargé par la région wallonne de promouvoir notre région. On travaille aussi également avec le Commissariat Général de Tourisme (CGT) qui est la structure régionale qui gère tout ce qui est tourisme dans la région wallonne. Mais on travaille aussi avec des acteurs plus locaux comme par exemple bah le musée du Champ de bataille, que ce soit le mémorial de Waterloo (vous allez peut-être les interviewer), le dernier quartier général de Napoléon dans une offre commerciale qu'on appelle le pass 1815. Donc vous voyez les partenariats sont assez nombreux pour un musée aujourd'hui en Belgique.

Et quels sont les acteurs qui contribuent à produire les services offerts aux visiteurs ?

Alors les acteurs, dans le personnel, bah c'est un peu tout le monde hein puisque tout le monde finalement collabore à offrir un service aux visiteurs que ça soit ma collègue qui s'occupe de tout ce qui est média tout ce qui est réseaux sociaux tout ce qui est site internet. Le premier site, le premier service qu'on offrent aux visiteurs et bien c'est de se faire connaître, c'est d'avoir avant qu'il ne soit arrivé au musée dans son expérience (puisque' aujourd'hui on ne parle plus vraiment de visite, on parle d'une expérience), c'est finalement et bien avant même qu'il ait franchi la porte de ce lieu c'est que l'expérience commence. Donc voilà c'est déjà une personne qui contribue finalement au service du visiteur. Ça peut être ma collègue qui pour l'instant est occupée à mettre en place une future exposition qu'on démarre le 8 mai. Donc ça c'est un service évidemment aux visiteurs qu'on propose en plus. Bah comme je le disais aussi c'est un service en termes de médiation culturelle, mais aussi bah mon collègue de l'accueil puisque' évidemment l'accueil c'est finalement très important dans un musée. On a parfois tendance à minimiser ça alors que c'est faux puisque c'est le premier parfois même le seul contact humain que le visiteur aura (sauf quand on parle de groupe guidé avec le musée). Donc vraiment tout le monde participe (je n'ai pas envie de dire qu'une personne le fait plus que d'autres) ou que ce soit ma collègue de la comptabilité parce que voilà euh peut être un peu moins en termes d'expérience ça c'est clair mais c'est quand même important d'avoir j'ai envie de dire une politique tarifaire qui soit organisée qui soit sensée qui soit intelligente notamment quand on négocie des pass commerciaux qui relient les 3 sites avec nos partenaires.

Que pensez-vous du tourisme dans le Brabant wallon ?

Alors le tourisme dans le Brabant wallon, j'ai envie de dire qu'il est très diversifié, un peu à l'image de la province. Il n'est pas centralisé. On n'a pas de grands clusters qui amènent tout le monde. Waterloo n'est plus ce grand cluster, il faut le savoir. Par exemple (si je peux prendre d'autres exemples) dans d'autres provinces, province d'Anvers boum c'est Anvers, la province de Flandre orientale boum c'est Gand et Bruges donc c'est des grands clusters. Ici pas du tout. On n'a pas la grande ville d'art, on n'a pas la très grande ville chargée d'histoire. Ça pourrait être Nivelles mais Nivelles n'a pas d'attraits touristiques suffisants par rapport aux grandes villes notamment surtout en Flandre ou peut être en province de Namur c'est évidemment Namur et surtout Dinant. Donc tout est très diversifié donc vous avez à la fois le cluster

Waterloo, des petits clusters en fait vous avez Waterloo, vous avez un peu Nivelles, vous avez une très légère Hélécine, l'Abbaye de Villers que vous avez aussi bien. Donc voilà, on est très diversifié sur des tas de thématique sur la nature, que ce soit le Moyen-Age, que ce soit l'histoire Napoléonienne, la mémoire ce genre de chose.

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Alors le tourisme durable bah c'est un tourisme qui finalement comme son nom l'entend va peut-être utiliser moins de matériaux comme de l'essence, un peu plus respectueuses de l'environnement. Alors pour qu'il y ait un tourisme durable il faut surtout qu'il y ait des infrastructures durables hein car vous vous baladez en train en Brabant wallon bonne chance, en vélo ce n'est pas encore évident on n'a pas encore vraiment assez de pistes cyclables et tout. Donc c'est un touriste bah voilà qui va contribuer à garantir le respect j'ai envie de dire de la planète.

Comment définiriez-vous l'écotourisme ? Et voyez-vous une différence entre les 2 ?

Entre tourisme durable et écotourisme ? J'ai envie de dire que l'écotourisme est beaucoup plus basé évidemment sur la nature. Par exemple, le touriste durable sera... si les degrés de respect j'ai envie de dire de l'environnement, il fera attention. Le touriste durable fera attention peut être qu'il utilisera un peu moins de prospectus papier par exemple, passer par internet c'est faire du tourisme durable mais quand il ira loger dans le Brabant wallon bah ses toilettes seront des toilettes normales. L'écotourisme, bah je verrais plus quelque chose comme un gîte avec une toilette sèche par exemple. Donc j'ai envie de dire que l'écotourisme c'est un engagement peut-être un peu plus poussé. Euh voilà le tourisme durable pour faire simple est accessible à tout le monde. L'écotourisme faut vraiment le vouloir.

Pensez-vous que c'est un avantage aujourd'hui d'exercer une activité touristique durable ?

Clairement parce que voilà c'est aujourd'hui un enjeu de société et l'industrie touristique ne peut pas se comporter comme si elle ne connaissait pas cet enjeu de société. Donc oui en effet c'est un avantage et j'ai envie de dire plus qu'un avantage c'est devenu une obligation quelque chose qu'on doit prendre en considération si nous voulons nous même durer finalement avec des objectifs un peu plus importants que notre simple activité.

Avez-vous déjà eu envie de développer le musée Wellington vers une activité durable ?

Qu'est-ce que vous appelez une activité durable ?

Faire attention à l'environnement. Au niveau social aussi faire du tourisme pour tous et mettre en place des infrastructures pour les personnes à mobilité réduite, ...

Alors oui tout à fait c'est vraiment un de nos vœux. Il faut savoir que nous on est un peu freinés parce qu'ici on est dans un bâtiment historique, un bâtiment classé. Et donc dans un bâtiment classé vous ne faites pas ce que vous voulez. Donc ce bâtiment-ci a été construit en 1705 et par

exemple dès que vous changez un châssis, il faut demander l'autorisation aux monuments des sites sinon vous ne pouvez pas le faire comme ça. Dans nos futurs projets, on aimerait bien totalement isoler le toit puisque la baisse de la consommation d'énergie commence en fait par l'isolation donc ça c'est déjà quelque chose qui est sur les rails. En terme social oui on commence ce qu'on ne faisait pas avant parce que qui dit musée qui date de 1955 dit vieille institution dis donc habitudes prisent depuis très longtemps. Donc là maintenant on essaie de se tourner bah vers le jeune public depuis (vous pourrez peut-être le voir sur TV com on a un reportage) on organise des stages pour enfants entre 8 et 12 ans et donc ça se passe très bien pour l'instant donc là on a déjà eu deux classes fin 2 groupes d'enfants pendant les vacances de Pâques. Et maintenant voilà on essaie aussi de participer évidemment à cette éducation en inculquant bah voilà des valeurs comme tout ce qui est durabilité ce genre de choses. On collabore avec une ASBL qui est vraiment spécialisé là-dedans qui nous a fait tout le programme qu'il fallait pour ça. Je pense aussi que c'est important de passer par les professionnels aussi qui s'y connaissent mieux que vous quand il s'agit d'un enjeu important et ciblé. Alors l'aspect handicapé oui ça c'est un peu un problème. Pourquoi ? parce que bâtiment classé vous ne faites pas ce que vous voulez. Vous avez vu qu'il faut monter un escalier pour rentrer vous ne pouvez pas faire autrement. Ça c'est un peu difficile ou alors il faut le faire passer par l'arrière mais on a des pavés. Les pavés de Waterloo à l'époque c'était connu donc on ne peut pas les enlever. Alors les chaises roulantes sur des pavés vous souffrez. Donc on essaie de créer quelque chose dans la nouvelle muséographie qu'on est en train de mettre en place où le musée sera accessible à plus ou moins 50% de son espace mais plus que ça c'est très compliqué parce qu'en plus les maisons construites au 18e siècle qui sans cesse doivent être remaniées au 19e siècle vous pouvez imaginer que les niveaux (vous le voyez ici) les niveaux ne ressemblent à rien donc on n'a pas des niveaux unis donc voilà. Par exemple si vous allez à TradeWorld à Bruxelles là évidemment c'est du niveau picobello, c'est en gare c'est assez facile quoique leurs ascenseurs sont très lents. Donc voilà on essaie mais on essaye à la vitesse d'un vieux bateau. Donc c'est parfois difficile d'aller très vite mais petit à petit les choses se font.

En fait est-ce que vous considérez le musée comme s'inscrivant dans le tourisme durable ?

Oui dans le sens où on essaie quand même de faire tous les efforts qu'on peut faire. Donc oui j'ai envie de dire tous les musées que je connaisse que ce soit la fondation Folon que ce soit le musée du Champ de bataille, on essaye vraiment d'opter pour ce côté durable.

Quelles sont les motivations du musée à faire du tourisme durable ?

Alors la motivation bah il y en a plusieurs en fait. La première bah c'est un peu les pouvoirs supérieurs qui nous le demande donc c'est déjà quelque chose. Mais c'est aussi l'idée que depuis quelques temps, il y a des grosses réflexions dans le domaine muséal. Il faut savoir qu'on s'est dit que le musée ne doit plus être réservé à une élite doit plus être réservé à tous les gens de la moyenne bourgeoisie mais doit s'ouvrir (parce que nous sommes des institutions publiques pour la plupart) à tous les citoyens et en s'ouvrant à tous les citoyens et bien nous devenons durables c'est ça aussi.

Quels sont les freins au développement du musée Wellington en un tourisme durable ?

C'est ce que je vous ai expliqués. Ils sont principalement financiers parce qu'évidemment quand on doit faire des travaux dans une maison classée, c'est donc des artisans spécialisés donc d'office ils coûtent plus cher. C'est parfois des matériaux qu'il faut rentrer tôt pour les trouver ça coûte plus cher. C'est aussi évidemment par le fait que voilà on a un budget, on ne peut pas tout consacrer au développement, à la transformation d'un musée. Donc les choses se font petit à petit. Et en freins voilà ce sont franchement les freins principaux.

Connaissez-vous les critères de tourisme durable (de la clé verte) qu'il faut respecter avant de vous lancer dans votre activité ?

Absolument pas.

Et est-ce que vous avez un peu regardé ?

Je n'ai pas eu le temps.

Ici j'ai imprimé une feuille qui décrit les grands domaines des critères.

(Il regarde la feuille). Ah je pense qu'on avait été à un moment contacté par ça. Oui voilà enregistrement de la consommation d'eau et d'énergie ça j'ai envie de dire que n'importe quel bâtiment en Belgique l'a ça s'appelle les relevés sur les compteurs. Economie d'eau et d'énergie, ça on essaie de faire un maximum c'est-à-dire mais c'est aussi des habitudes qui doivent changer. C'est vrai que le personnel plus jeune a plus l'habitude de faire attention par rapport au personnel qui est un peu plus âgé et un peu moins dans cette optique-là. Préservation de la biodiversité bah ici on est quand même essentiellement en contexte urbain donc la biodiversité est peu présente j'ai envie de dire surtout à Waterloo. Alimentation et mobilité durable on n'a pas de catering donc ça ne nous concerne pas. Mobilité encore ça c'est un gros problème dans le Brabant wallon. Mobilité on ne la gère pas. Il faut savoir que la TEC, les bus qui pourraient nous aider n'ont pas de volet tourisme dans leur contrat-programme. Donc voilà pour eux desservir les sites touristiques c'est pas du tout une priorité. Dialogue et communication en matière d'environnement, de responsabilité sociétale, dialogue et communication oui mais d'un côté ce n'est pas non plus notre but en tant que musée. Vous savez les labels c'est bien gentil mais il faut quand même bien savoir une chose, c'est qu'on peut faire des choses sans essayer d'avoir le label. On peut mettre des objectifs en interne sans devoir être surveillé et contrôlé par un label c'est ça aussi parce que notre raison d'être c'est avant tout nos usagers qu'on peut appeler des clients si vous préférez. Et concrètement envisager on s'en fout complètement d'avoir des labels. Quand vous allez en vacances et que vous pensez à ce que vous allez visiter, est ce que vous regardez sérieusement les labels qu'ont les sites que vous allez visiter ? Personne ne fait ça. C'est ça aussi qu'il faut savoir. Les labels c'est bien mais ça peut être intéressant comme indicateur mais on peut aussi travailler en interne sans avoir besoin de label.

Comment voyez-vous l'avenir du tourisme en général ?

Bah inutile de vous dire que le tourisme était très fort impacté par la crise du covid. Il a été quasiment mis à l'arrêt. Alors je pense que ça va très vite repartir. Pourquoi ? parce que les gens ont besoin de bouger, ils ont besoin de voyager, ils ont besoin de vacances, certes. Après peut-être que le tourisme va peut-être devoir se mettre en question notamment sur des normes plus durables. On parle plus en plus de taxer un peu plus les voyages en avion pour voir un certain contentement que les trains de nuit vont être plus sollicités donc peut-être que la manière de voyager va changer peut-être. Peut-être aussi évidemment que puisque tous les sites les hôtels font attention plus en plus en triant les déchets par ce genre de chose, en utilisant voilà des moyens pour économiser l'énergie notamment, le tourisme va devenir plus durable ça c'est sans conteste. On a aussi maintenant des agences de voyages qui se spécialise dans le tourisme durable. Mais voilà je pense que l'avenir du tourisme a aussi cet effet d'écrémer aussi certaines structures qui était malades, qui était malades depuis longtemps et qui vivaient. C'est un peu triste à dire quand je parle d'écrémer mais c'était peut-être... ils étaient ligotés c'est un peu comme un vieil arbre, un vieil arbre qui est mort le tronc y'a plus rien mais qui fait de l'ombre et qui empêche des jeunes pousses de pousser, avoir accès au soleil. Le covid a peut-être fait tomber le vieil arbre et permettra à d'autres initiatives de venir parce que je pense que la nature grandit vite et que le tourisme suite à la crise du covid va peut-être se relancer justement un peu plus durable et proposer de nouvelles choses à de nouvelles générations.

Pour finir, quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du Tourisme de la Province du Brabant wallon pour encourager le développement du tourisme durable dans le Brabant wallon ?

Alors dans le Brabant wallon c'est assez intéressant parce que c'est quelque chose qu'ils explorent. On a notamment aussi au niveau régional c'est assez intéressant on a eu il y a peu de temps le label Bienvenue Vélo. Donc voilà qui garantit en fait aux cyclotouristes et bien d'avoir du matériel de réparation, d'avoir des endroits pour stationner son vélo, d'avoir accès à des réparateurs qui ne sont pas très loin, donc ça c'est clair que c'est quelque chose qui nous tenait à cœur. On est proche des pistes cyclables, on est relativement proche de points nœuds je ne sais pas si vous voyez ce que sont les points nœuds. Ce sont ces fameux points qui se relient les uns les autres et qui permettent d'avoir dans le Brabant wallon et c'est vraiment une excellente initiative provinciale qui vient de Flandre et c'est assez intéressant pourquoi parce que ça permet aux cyclistes d'avoir des itinéraires relativement prudents ça c'est quand même quelque chose de bien. Donc pour en revenir à votre question par rapport aux recommandations bah voilà c'est d'avoir peut-être développé une identité, une identité peut-être justement qui est axé pour encourager le tourisme durable. Et bien euh développer l'identité peut-être à côté de Bruxelles qui est très urbaine et bien d'un tourisme plus naturel, plus durable justement en Brabant wallon. Pour ça l'une des clés ça reste la mobilité. C'est un des gros problèmes en Brabant wallon et en Brabant wallon si vous voulez faire Nivelles Waterloo (prenons les grand clusters hein) Villers-la-Ville ou encore Hélécinne, si vous voulez le faire en vélo bah vous allez vous taper quand même pas mal de kilomètres, en bus alors là vous oubliez complètement, et en train c'est pas possible non plus donc le problème c'est que la personne sera quoi qu'il arrive obligé d'utiliser sa voiture et l'utilisation d'un véhicule surtout thermique même électrique n'est pas très durable. Donc voilà mais le problème c'est que la province ne peut quasi pas

faire grand-chose sur la mobilité parce qu'en fait la mobilité publique c'est la région et l'Etat. Donc voilà c'est peut-être essayer de développer des parcours cyclistes peut-être plus localisés ce genre de choses. Plus de contact entre les sites en eux-mêmes, plus de contact aussi entre je pense les hébergements qui s'engagent là-dedans et les musées qui s'engagent là-dedans pour vraiment développer proposer une panoplie proposer hébergement l'HoReCa aussi HoReCa artisan c'est intéressant pour nous. Vous savez tous les musées ont des boutiques (vous l'avez vu en rentrant) bah ça serait intéressant d'avoir une carte des artisans du Brabant wallon pour, quand on a des produits, peut-être choisir ces artisans du Brabant wallon avant quiconque d'autres finalement. Donc c'est être mis en relation finalement avec les gens qui font du durable.

Chantal Hamende – Castle of Hélécine

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Le château d'Hélécine est la propriété de la Province du Brabant wallon. Il a été reconverti en centre de séminaires, de réceptions, d'événements d'entreprise.

Le domaine possède aussi un parc de 28 hectares avec 3 plans d'eau, quatre plaines de jeux, un mini-golf, des châteaux gonflables,...de quoi amuser les enfants.

Pour les adultes, il y a la possibilité de se désaltérer et de profiter d'une petite restauration.

Comment choisissez-vous vos partenaires (en relation avec le tourisme) ?

Pour nos activités d'été, nous choisissons nos partenaires sur base de plusieurs offres de prix et décidé par le Collège provincial.

Quels sont les acteurs qui contribuent à produire le service offert aux clients ?

Le personnel administratif, des gardes, du personnel entretien, un concessionnaire, HoReCa.

Que pensez-vous du tourisme dans le Brabant wallon ?

Les citoyens belges se dirigent plus facilement dans les Ardennes ou sur la côte pour se dépayser. Pourtant, en Brabant wallon il y a des endroits qui valent le détour, comme par exemple la butte du lion de Waterloo, l'abbaye de Villers-la-Ville, le lac de Genval, Louvain-la-Neuve, Par contre, peu de touristes logent en Brabant wallon.

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Pour moi, le tourisme durable consiste à un tourisme respectueux de l'environnement et soucieux du bien-être de la population.

Comment définiriez-vous l'écotourisme ? Et voyez-vous une différence entre les 2 ?

L'écotourisme est pour moi la même chose que le tourisme durable, sauf qu'il se pratique dans un milieu naturel.

Pensez-vous que c'est un avantage aujourd'hui d'exercer une activité touristique durable ?

Quelles seraient vos motivations à faire du tourisme durable ?

Avez-vous déjà eu envie de développer votre activité vers une activité durable ?

Nous essayons au maximum de pratiquer le tourisme durable en :

- Triant les déchets ;
- Proposant des produits locaux ;
- Invitant nos touristes à respecter le site.

Quels sont les freins au développement de votre activité touristique durable selon vous ?

Ici à Héléciné nous n'avons pas beaucoup de moyens pour inviter le public à venir en transports en commun. La majorité du public vient en voiture.

Connaissez-vous les critères de tourisme durable (de la clé verte) qu'il faut respecter avant de vous lancer dans votre activité ?

Que pensez-vous de ces critères ?

Il y a énormément de critères et ils ne sont pas facile à réaliser.

Lequel semble, pour vous, le plus dur à réaliser ?

Pour moi, le plus difficile à réaliser est de responsabiliser nos touristes d'un jour.

Comment voyez-vous l'avenir du tourisme ?

Je pense que de plus en plus, la population prend conscience qu'il faut respecter la planète. Donc, l'avenir du tourisme ne peut que s'améliorer dans l'avenir.

Que pensez-vous de la province du Brabant wallon comme destination touristique durable ?

Je pense que d'ici quelques années la Province du Brabant wallon sera une destination touristique durable.

Pour finir, quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du Tourisme de la Province du Brabant wallon pour encourager le développement du tourisme durable dans le Brabant wallon ?

La Province du Brabant wallon invite déjà au co-voiturage, donne des primes pour l'achat de vélos électriques,..... On pourrait peut-être proposer plus de transports en commun.

Nathalie Watillon – Napoleon's HQ museum

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Alors moi j'ai intégré le musée il y a 4 ans en tant que coordinatrice chargée de projet pédagogique et tout ce qui tourne autour de la communication, puis depuis le 1 septembre 2019 j'ai repris la gestion générale du dernier QG de Napoléon suite à la promotion de mon ancienne directrice dans l'administration. J'ai réalisé un travail dans le cadre de ma nomination sur le musée et donc voilà. Pour tracer dans les grandes lignes, donc, le musée appartient à la province du Brabant wallon depuis la cession de la province de Brabant, donc depuis 1995. En 2015 il y a eu des grosses rénovations pour le bicentenaire de la bataille et donc je pense qu'il y a, il y a eu une volonté à ce moment-là de c'était plus qu'une volonté, c'est une véritable envie. C'était d'intégrer dans cette dans cette nouvelle scénographie un accès à tous les publics. Donc que ce soit des enfants, que ce soit des PMR, que ce soit des personnes déficientes visuelles, des personnes sourdes ou malentendantes. Et donc les choix de scénographie ont été posés pour que ça puisse remplir à un maximum de conditions et finalement, que ce soit une scénographie accessible à tout le monde. Alors là où je vais faire le lien aujourd'hui avec les enjeux des pratiques durables, c'est que la scénographie, on n'a pas misé sur justement des choses qui, qui sont énergivores, qui consomment énormément. C'est vraiment une scénographie où ce sont des boutons à pousser ou ce sont des objets à toucher à son lever, et cetera. Il y a juste effectivement, euh dans la dernière salle, une vidéo qui tourne en continu pour expliquer l'histoire même de la ferme puisque à la base le dernier QG Napoléon, c'est une ferme, la ferme du caillou. Et il y a un autre dispositif qui en fait, projette des cartes sur une table, donc avec un projecteur. C'est aussi en continu. Donc voilà, je pense que cette démarche-là a été volontaire non seulement pour pouvoir limiter les dépenses, mais aussi pour jouer sur la durabilité du système quoi. Alors ce que j'ai envie de dire aussi, c'est que moi depuis que je suis arrivé au musée, euh en fait le 0 déchet m'interpelle énormément, les pratiques durables aussi. Et donc j'essaie de mettre en place plein de petites choses qui peuvent être des petits pas mais qui voilà pris dans un contexte plus global peuvent être des choses beaucoup plus grandes en sachant qu'on a une petite équipe. On est 7 et dans l'équipe de 7 personnes il y a une technicienne de surface, il y a un ouvrier, ... Donc voilà, il y a des gens qui sont plus liés à l'accueil et d'autres personnes qui sont liées à la gestion en termes administratifs du musée. Et donc les petites choses que j'ai mises en place, c'est par exemple lors d'un événement qui est la chasse au Napoléon anciennement donc c'est une chasse aux œufs, on jetait énormément de petits œufs en chocolat issus de la grande distribution et voilà moi j'avais été vraiment étonnée du gaspillage par ses œufs parce qu'il suffit qu'il fasse chaud pour qu'il fonde. Dans la pelouse, les enfants galopent pour les ramasser mais les écrabouillent la moitié des chocolats,

donc pour moi, c'est vraiment un énorme gaspillage et j'ai vraiment une réflexion par rapport à cet événement là. Et l'idée était de remplacer tous les chocolats qu'on jetait par terre par des œufs en plastique. On réutilise d'année en année et donc les enfants ramassent, sont en plastique, donc quelque soit la quantité qu'ils en aient un ou 15, ils reçoivent tous la même chose. Et alors on fait produire des chocolats par un chocolatier local qu'on met dans un bocal réutilisable. Effectivement, les enfants repartent plus avec son 500 g voire un kilo de chocolat mais avec un bocal de 200 g rempli de de chocolat issu de d'un producteur local, voilà ça, c'était une petite chose qui a été mise en place. Une autre chose, c'est que sur un autre évènement qui s'appelait entre 2 Temps, euh, j'ai vraiment réalisé, euh un projet dans sa globalité, puisqu'on proposait en fait, le lien était, on pratiquait des choses comme en 1815, comme par exemple la lessive. Il y avait très peu de déchets, on utilisait les ressources naturelles, vraiment avec parcimonie et donc l'idée était vraiment de repartir sur ce fil conducteur là pour dire bah voilà en 2019, puisque le dernier événement a eu lieu en 2019, on en revient à de telles pratiques. Et donc on proposait au public effectivement différents ateliers de tout ce qui est DIY pour faire sa poudre à lessiver soi-même, son dentifrice, transformer un vieux t-shirt en un sac aussi un spectacle qui sensibilisait surtout les plus jeune, vraiment, au respect de la nature. Enfin voilà donc, tout ça était vraiment pris dans un contexte et la démarche a été d'aller plus loin puisque je me suis dit, si moi je veux promouvoir ce genre de démarche auprès d'un public, il faut d'abord que nous, en interne, on soit en phase avec cette démarche-là. Donc on avait, on a travaillé à avec l'ASBL Eco Conso pour avoir une formation interne sur différentes thématiques, que ce soit les déchets, que ce soit les énergies renouvelables et aussi même bah voilà produire nous-mêmes, par exemple, la poudre à lessiver des, des trucs comme ça quoi. Donc voilà ça, c'était un gros événement. Et puis petit à petit, les démarches sont mises en place, moi j'ai supprimé toutes les bouteilles d'eau. On boit de l'eau du robinet, on a supprimé toutes les fontaines. On veille vraiment à chaque événement à réduire nos déchets, donc utiliser des gobelets réutilisables, ce genre de chose. On est aussi parti sur le label bienvenue vélo. En fait, on s'est rendu compte que quelques visiteurs venaient chez nous à vélo, donc en tout cas ceux qui étaient dans la région mais ils n'avaient aucun dispositif pour pouvoir ranger le vélo ou bien même avoir ne fût-ce que des outils pour pouvoir réparer ou quelque chose comme ça. Et donc on a, on a fait cette démarche parce qu'elle avait du sens avant tout d'être un label et voilà, ça avait du sens, on l'a créé, on est reconnu comme établissement qui est bienvenue au vélo. C'est quelque chose qui est récent, ça date d'il y a 2-3 mois, donc voilà le temps qu'on s'équipe, qu'il y ait une vérification, que ça repasse, qu'on obtienne la labellisation. Donc voilà on est depuis peu reconnu bienvenue vélo. Il faut savoir que le dernier QG a été en fait, donc il y a la ferme comme bâtiment principal et il y a aussi tout un mur d'enceinte et l'ensemble de la bâtisse et des murs sont en fait reconnu comme patrimoine, donc depuis 1951 et donc on doit veiller aussi à ne pas faire n'importe quoi en termes de restauration et donc il faut bien réfléchir à ce qu'on fait on non seulement pour préserver et poursuivre cet héritage patrimonial. Mais aussi, voilà, essayer de penser à utiliser des matériaux qui sont un peu plus eco-friendly qu'autre chose quoi. Et le dernier projet qu'on va mener, c'est dans le verger. Comme ce verger est exclusivement utilisé pour des événements et qu'on n'en a pas 150 dans l'année très clairement, on va en faire un écosite un éco pâturage, donc on va certainement placer 2 brebis pour que ce verger soit utilisé de manière naturelle. Et ça profite aussi à l'éleveur en contrepartie, lui il a ces animaux sur un site et il prend tous les frais à sa charge, en

tout cas en termes de de soins et de nourriture. Et ça voilà, c'est quelque chose de naturel. On ne va plus passer la tondeuse, la biodiversité va certainement revenir, et ça c'est l'objectif en tout cas.

Alors quel critère considérez-vous dans le choix de vos partenaires ?

Alors il y a pas mal de partenaires. On en a qui sont là depuis toujours, ce sont les partenaires du champ de bataille, donc c'est à dire les autres musées qui sont sur Waterloo ou Braine-l'Alleud. Donc ça ce sont des partenaires de longue date et puis les autres partenaires ce que j'essaye toujours de chercher c'est justement que ce soit quelque chose de proximité, de local. Que ce soit même pas pour un produit, pour un service, c'est que ce soit vraiment dans la mesure du possible du local quoi.

Et quels sont les acteurs qui contribuent à produire le service offert aux visiteurs ?

Nous on est avant tout un acteur public, donc c'est vraiment la province du Brabant wallon puisque le musée appartient à la province.

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ? Alors le tourisme durable pour moi c'est justement veiller à mettre en place des choses, des dispositifs ou bien même des projets qui ont du sens et qui, en termes énérgivore de ressources naturelles, ne vont pas avoir une grosse empreinte très clairement quoi. Qu'il y ait de la main d'œuvre c'est normal, mais si on peut éviter par exemple d'acheter un dispositif particulier pour un événement particulier on va plutôt chercher à l'acquérir, mais en termes de prêt ou à louer, plutôt donc que l'acheter. C'est vraiment créer des partenariats finalement, pour avoir ce genre de chose. C'est aussi par exemple, pour tout ce qui est diffusion et promotion, éviter au maximum le papier. On mise plutôt sur tout ce qui est promotion gratuite via des sites via des groupes, le sponsoring Facebook également à la place d'imprimer des flyers qui, de toute façon, se retrouvaient dans les poubelles à la place d'affiche qui sont noyés parmi tant d'affiches. Voilà.

Alors, qu'est-ce que signifie pour vous l'éco tourisme, est ce que vous voyez une différence entre l'écotourisme et le tourisme durable ?

Alors moi, je non, je fais aucune différence entre l'écotourisme, le tourisme durable et le slow tourisme non plus. Donc voilà pour moi, c'est en tout cas ma démarche sera la même par rapport par rapport à tout. Je ne connais pas les nuances très clairement.

Est-ce que le musée a toujours été dans une lignée durable ou est-ce que cela a été développé plus tard ?

Ça a été développé plus tard quand même.

Et donc le musée, il est là depuis 1995 ?

Alors il appartient à la province depuis 1995. Mais le musée il existe en tant que tel depuis la fin du 19e siècle quoi. Il y a eu un moment donné quelqu'un qui a pris conscience qu'il y a eu un fait historique dans cette ferme. Pour la petite histoire c'est la ferme que Napoléon a occupé la nuit du 17 au 18 juin à 1815. Il en a fait son QG, son quartier général. Puis le lendemain de la bataille, comme c'était quand même la défaite de Napoléon, les alliés ou en tout cas les prussiens ont mis le feu au QG de Napoléon, donc à la ferme du caillou. Cette ferme était une ferme en exploitation et le fermier, quand il est revenu, toute ses terres, tout son habitat était détruit, il ne savait plus rien en faire. Donc il l'a revendue à un cultivateur de Genappe qui en a fait un cabaret. Puis ça a été revendu c'est devenu un relais de diligence, puis ça a été revendu et en fait un moment donné effectivement il y a Lucien qui s'est dit il y a quelque chose qui s'est passé ici. Il a commencé vraiment à préserver le site et puis un peu plus tard, c'est encore une autre personne qui a commencé à en faire un lieu de pèlerinage à glaner des pièces de collection à gauche et à droite. Puis ça a été vendu à l'Association belge d'études napoléoniennes, donc dans les années en 1950. Mais très vite, celle-ci était confrontée à la gestion d'un musée, donc au frais que ça engendrait et n'était plus capable de subvenir à ce besoin-là. C'est comme ça que ça a été vendu à la province du Brabant wallon, enfin à la province du Brabant dans les années septante.

Pouvez-vous me citer des pratiques durables que vous avez mis en place au musée ?

Alors le musée est bien isolé. En 2015 ans quand il a été rénové, tous les châssis ont été remplacés, au niveau du grenier il est isolé parce que on avait un moment donné l'idée de pouvoir l'exploiter, mais finalement, c'est tombé à l'eau, donc le toit est isolé très clairement et voilà, mais il n'y a pas eu plus de démarches par rapport à ça. *J'imagine que vous avez été poubelle sélective dans le musée ?* Oui. Donc en extérieur vous avez pour le public 2 poubelles, une poubelle PMC et une poubelle déchets classique. Et nous en interne on trie aussi nos déchets et alors les déchets verts, donc tout qui est au niveau de l'entretien des extérieurs c'est aussi un autre type de déchet. *Et est-ce que vous utilisez des produits de nettoyage écologiques ?* Oui. *Est-ce que vous proposez des produits bio, locaux ou issus du commerce équitable ?* À la vente ? *Euh oui.* Euh, non. En tout cas, des produits locaux oui, par exemple, il y a la bière de Waterloo, il y a aussi une liqueur qui est produite par un voisin, par une ferme voisine. Donc voilà, ce genre d'article, oui. Maintenant, dans la boutique, vous pouvez vous aussi des articles comme les figurines des trucs comme ça voilà mais là le fournisseur je sais pas trop où il se fournit mais ce sera certainement pas en Belgique. *Est-ce que les savons dans les toilettes sont bio ?* *Euh alors ce sont des distributeurs de savon ?* *Est-ce qu'ils sont bio ou pas ?* Ça je ne pourrais pas l'affirmer. Mais en tout cas, tout ce que produit lave-vaisselle, produit vaisselle et produit pour nettoyer ça, c'est bio et on utilise encore du vinaigre pour détartrer, pour nettoyer et cetera quoi. *J'imagine que le jardin ne reçoit aucun traitement toxique ?* Non on est 0 phyto depuis pas mal d'années, ça, c'est vraiment une démarche que la province avait lancé et notamment - donc la province est liée au marché public de manière générale pour toutes ses institutions et son administration - et donc là elle a changé de fournisseur pour justement avoir que des produits bio au niveau de l'entretien, donc normalement toute la province fonctionne avec des produits bio. *Et est-ce que vous avez réduit le débit d'eau des robinets ?* *Euh oui.* Alors on a réduit, ça aussi c'est une chose qu'on a, on a

fait ce cette année début d'année aussi, donc les extérieurs sont arborés, il y a des fleurs, il y a des arbres, et cetera. Il y a des arbres qui sont aussi centenaires donc il a aussi vraiment une protection au niveau de nos extérieurs qui est assez élevée. Ma prédécesseuse avait planté différentes petites plantes mais qui étaient des plantes plutôt de saison et donc ils nécessitaient énormément d'arrosage et donc ces plantes ont fini à un moment donné par mourir parce que l'année passée l'été a été assez chaud. Et donc ce qu'on a fait c'est qu'on a remplacé toute ces plantes par des plantes annuelles où il n'y a pas un besoin d'eau supplémentaire que ce qui est normal en fait. *Est-ce que vous récupérez l'eau de pluie ?* Non on ne la récupère pas encore. On a un puit en fait, le puit fait partie de la ferme et je voudrais bien voir si on peut le réhabiliter, mais je ne pense pas parce que là, il a été scellé. En tout cas, la dalle a été scellée donc j'imagine que ce n'est possible. Mais c'est un projet que j'ai sincèrement j'ai encore réfléchi semaine passée en me disant on pourra mettre des grosses citernes pour pouvoir récupérer l'eau de pluie et à ce moment-là effectuer quelques nettoyages extérieurs comme par exemple les rampes et cetera avec l'eau de récupération quoi. *Est-ce que vous avez installé des panneaux solaires photovoltaïque ?* Non. *Est-ce que c'est possible de le faire ?* Je ne sais pas. Ça faudrait voir de nouveau avec le patrimoine, si c'est une chose qui est envisageable ou pas. *Et toutes vos lampes sont des LED ?* Alors dans le musée, toutes les lampes sont des LED, oui, maintenant, dans les bureaux administratifs pas forcément non. Il y a une salle équipée en LED, mais les 2 bureaux administratifs ne le sont pas.

Alors quelles sont vos motivations à inscrire le musée dans une démarche de développement durable ?

Pour moi c'est un énorme enjeu pour ma génération et pour la génération de mes enfants, donc pour moi ça c'est naturel. Ce que je fais à la maison, je reproduis au boulot et l'inverse est vrai aussi, donc pour moi c'est quelque chose qui est naturel. Et justement, on a déjà reçu ce musée en héritage et l'idée c'est de pouvoir le perpétuer et faire en sorte qu'il y ait à chaque fois une amélioration et qu'on soit conscient de ce qu'on transmet tout en réduisant justement l'empreinte carbone de ce musée. C'est une scénographie qui tourne tous les jours, donc il y a l'électricité qui est dépensée etc., mais en tout cas réfléchir à comment on peut faire pour réduire cette empreinte. *C'est une motivation personnelle ?* C'est une motivation personnelle, mais c'est aussi une motivation de la Province puisqu'elle a annoncé un plan colibri, son plan colibri qui vise très clairement à réduire l'empreinte carbone de la province donc c'est à dire de l'administration et de ses institutions quoi. *Et le plan Colibri c'est en quelle année que ça a été ?* Alors, le plan Colibri, je me demande si ce n'était pas en 2019, 2020, quelque chose comme ça.

Et lorsque vous avez lancé des musées dans une démarche de développement durable, quels sont les obstacles que vous avez rencontrés ?

Le premier frein c'est le fait que ce soit un site classé, donc il faut toujours être en adéquation, chercher la solution pour qu'on puisse rencontrer les 2 objectifs, donc la préservation mais aussi le côté plus vert. Ce sont des choses auxquelles il faut

vraiment réfléchir et vraiment creuser. Donc par exemple le mur d'enceinte a été réparé il y a quelques années et pour ça on ne va pas choisir n'importe quelle société parce qu'il faut vraiment des artisans pour pouvoir remonter le mur à l'ancienne, avec les matériaux d'époque quoi. Donc voilà c'est le plus gros défi, je pense. *Et ce n'est pas un frein administratif ou financier ?* Administratif non, puisque c'est dans la volonté, c'est dans la déclaration politique. Au niveau financier quand il faut faire des choix, il faut faire des choix quoi. Si on doit changer un frigo ben oui, acheter un A+++ coûtera peut être plus cher qu'un A tout simplement. Mais voilà, on va quand même récupérer quelque part sur la facture énergétique.

Est-ce que vous pensez que les obstacles que vous avez rencontrés peuvent dissuader certaines personnes de se lancer dans cette démarche de développement durable ?

Peut-être ouais. Oui peut être.

Quelles sont les difficultés que vous rencontrez aujourd'hui en lien avec le développement durable ?

Ma principale difficulté, c'est que tout le monde n'a pas le même niveau de conscientisation. Donc voilà faire réfléchir des gens qui ont 50, 60 ans sur nos pratiques actuelles qui disent "avant Nathalie, je faisais toujours comme ça" ce à quoi je réponds "oui mais là on va changer", ça c'est compliqué. C'est certainement ce qui est le plus compliqué et je pense que voilà c'est propre à chacun. Il y en a qui sont dans le déni total. Enfin ce sont des climato sceptiques quoi. Très clairement, "il n'y a pas de changement climatique, tout va bien, la terre est belle, ça a toujours existé et ce qu'on va léguer à nos enfants est formidable". Bah non donc voilà, c'est un petit peu, je pense que c'est ça la plus grosse difficulté, quoi. Et moi même quand je jette mes déchets dans la poubelle, si je vois des trucs qui ne sont pas dans les bonnes poubelles, je vais dans les bureaux, je dis c'est qui qui a jeté ça ? Et alors en général il se dénonce et je lui dis "mais non tu l'as mis dans la mauvaise poubelle ce n'est pas un déchet ça, ça passe dans les plastiques maintenant surtout depuis qu'on a revu le sac poubelle PMC on peut mettre plus de choses, et cetera" Donc c'est un travail de tous les jours. Donc dans mon équipe il y en a qui sont qui me suivent, il y en a d'autres où c'est vraiment peu compliqué.

Alors est ce que vous connaissez les critères de tourisme durable de la clé verte ?

Alors la clé verte ? J'ai assisté il y a 2 ans à une réunion où ils proposaient effectivement la clé verte mais je sincèrement je m'en souviens plus mais c'est un truc qui existe. Il faudrait, il faut à chaque fois pour avoir un label, c'est beaucoup d'énergie et je préfère moi avancer sur des trucs où je sais que ça va porter ses fruits que me lancer dans un label qui est, qui peut être contraignant. Je ne dis pas qu'il l'est, mais qui pourrait l'être quoi. Mais à la base la clé verte a été surtout développée pour tout ce qui est gîte et ça s'est élargi puisque à un moment donné on s'est dit pourquoi pas les musées donc voilà.

Où c'est récent qui se sont ouverts aux attractions. Donc ça agit dans les domaines comme l'enregistrement de la consommation d'eau et d'énergie, économie d'eau et d'énergie, le tri des

déchets, la préservation de la biodiversité, alimentation, la mobilité durable, l'information et l'implication des clients pour limiter l'impact environnemental de leur séjour, l'utilisation de produits plus écologiques pour le nettoyage et l'entretien, dialogue et communication en matière d'environnement, de responsabilité sociétale et l'amélioration continue.

Quelles seraient les motivations du musée d'obtenir le Label clé vert ?

Une reconnaissance supplémentaire parce que le touriste il est tellement happé par des appellations, par des labels différents. Il y a bienvenue vélo, Wallonie destination qualité, la clé verte, voilà il y a vraiment toute une série de labels, le soleil comme attraction touristique, donc je ne sais pas si ça parle vraiment au touriste, s'il fait vraiment une distinction par rapport à son choix de visite en fonction de label ou pas mais je pense que ce serait plus une motivation en interne, de se dire OK, on l'a quoi. Voilà maintenant la portée que ça a sur le touriste en tant que tel je ne sais pas s'il y en a énormément de quoi.

Votre démarche responsable est-elle un point que vous mettez en avant, vis-à-vis de vos visiteurs ?

Alors ça dépend, ça dépend des publics très clairement. Le visiteur lambda qui vient visiter le musée seul ou en famille ou avec des amis qui passe 50 min dans le musée puis qui repart non, très clairement non. Euh pour vous dire, on a même on n'a pas encore de livret des visiteurs. En tout cas je voudrais bien en avoir un, je pense que ma prochaine, mon prochain stagiaire ou ma prochaine stagiaire qui aura le profil sera voilà, ça peut être un travail de stage et dedans figurait de toute façon cette démarche. Moi j'aime bien parler de respect de l'environnement plutôt que d'écotourisme ou quoi que ce soit. Mais par contre, dans nos événements on fait clairement le lien avec les pratiques dont je vous ai parlé. Par exemple je vous disais tout à l'heure, toutes les bouteilles d'eau j'ai supprimé au sein de des bureaux, les canettes de coca et cetera aussi. Maintenant, quand on accueille quelqu'un c'est soit café et j'ai supprimé la Senseo c'est du café du percolateur, soit de l'eau du robinet, un thé ou alors du jus qui vient de la ferme juste à côté, c'est jus de pomme ou jus de pomme cerises, voilà. *Vous mettez sur vos sites internet le fait que vous êtes un peu engagé dans le durable ?* Non. On ne le met pas, on ne le met pas encore en avant parce que je pense que, euh, je voudrais encore aller un peu plus loin avant de pouvoir l'exposer et surtout c'est quelque chose que moi je porte, mais il faut que l'ensemble puisse le porter aussi quoi.

Et pensez-vous que c'est un avantage d'intégrer le développement durable dans une activité touristique ?

Un avantage je ne sais pas mais en tout cas. Un mieux-être pour moi, oui. Voilà.

Quel conseils pourriez-vous donner à des professionnels du tourisme non durable qui souhaitent s'engager dans la voie du développement durable ?

À commencer par des toutes petites choses comme nous on fait finalement. Ce sont les petites gouttes qui forment finalement les grands océans, donc à prendre une action à la fois, bien la pauser et puis après se dire OK on passe un pas en plus, cetera donc voilà c'est vraiment commencer par des choses simples et surtout qui suscitent l'intérêt et la volonté de faire ensemble au sein de l'équipe.

Quelles sont les recommandations que vous feriez à la fédération du tourisme de la province du Brabant wallon pour encourager le développement du tourisme durable ?

C'est peut-être un petit peu porter des projets comme ils ont fait pour Bienvenue Vélo. C'est être des soutiens aux différents acteurs de la vie touristique du Brabant wallon, donc être là en tant que référent, être là pour aider dans les petits pas voir dans la progression d'un label pour pouvoir décrocher un label, effectivement, qu'il y ait un appui.

Comment voyez-vous l'avenir du tourisme durable ?

Ah j'espère qu'il sera exponentiel. J'espère qu'il va se développer un petit peu tout partout et voilà en tout cas un profil de de touristes plus écologique ça, c'est certain. Mais voilà qu'il y en ait de plus en plus, ça serait vraiment, ce serait vraiment formidable et effectivement faire parler de ça. Peut-être que la première chose pour nous ce serait par le biais de notre site internet ou bien par le biais du livret du visiteur quoi.

Qu'est-ce que vous pensez de l'attitude de vos visiteurs au sujet du tourisme durable ?

Le visiteur ne s'en rend pas forcément compte, notamment quand je vous expliquais la scénographie, je pense qu'il ne s'en rend pas spécialement compte mais que in fine, il apprécie sa visite. Donc même si y'a pas eu des écrans partout même si on n'est pas dans de la réalité augmentée, dans des casques, et cetera, je pense qu'il apprécie la visite parce qu'il y a différents discours dans la scénographie. Il y a un jeu aussi pour les enfants, quelque chose de plus ludique et donc il ressort en général du musée vraiment très satisfait. En fait tous ces gestes-là passent mais il ne s'en rend pas compte comme par exemple les doubles poubelles, l'entretien des espaces verts, les fleurs avec les abeilles et la polénisation, les arbres fruitiers,...Je ne sais pas s'il en est conscient mais en tout cas, il apprécie de manière générale.

ACCOMMODATIONS

Roland Dewitt – Dimensions M

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Alors euh bon ça dépend jusqu' à quel niveau de détail vous voulez euh de la réponse évidemment hein. Mais en tout cas en ce qui me concerne d'un point de vue personnel état

civil, je dirais euh donc moi je suis marié, j'ai 64 ans et je suis un ancien de Solvay, la société chimique belge Solvay. Et euh je travaille comme indépendant pour le moment et j'occupe donc à la fois euh imposer indépendant et d'exploitation de chambre d'hôtes. J'ai une double activité et mon épouse elle est une retraitée de l'enseignement. Et dont nous gérons l'exploitation de nos chambres d'hôte à 2 puisque ça c'est notre activité qui nous concerne maintenant. Donc on a 5 chambres d'hôtes qui sont classées 4 épis à Corbais donc c'est près de Louvain-la-Neuve. On a finalement réalisé un projet qu'on avait mis en en gestation depuis un certain nombre d'années. Donc on a vraiment créé notre maison pour notre activité de chambres d'hôtes avec en particulier un focus sur le voyageur d'affaires pour les entreprises qui se trouve à Louvain-la-Neuve tout près de chez nous. Donc ça c'est sur l'activité. Et puis alors la manière dont on conçoit les choses euh on est très ouvert, à tous type de de clientèle mais aussi de relation avec nos partenaires, avec toutes nos relations. Et un accent est mis quand même aussi sur le respect à la fois des gens, des lois, et de l'environnement. Donc on travaille vraiment dans cet esprit-là.

Comment choisissez-vous vos partenaires ?

Donc euh bah il y a 2 aspects. D'abord les partenaires en termes classiques de clients, fournisseurs, collègues, etc. On essayait toujours de travailler en donnant la priorité sur le local ou le régional, ainsi que sur les petites structures plutôt que de plus grandes structures, parce que voilà les petites structures y'a moyen d'avoir des contacts plus personnels je dirais. Et alors on a aussi comme partenaire un tout autre profil qui sont des instances officielles, les représentations du secteur euh voilà, où il y a pas uniquement du commercial mais il y a aussi tout ce qui peut découler sur une situation win-win comme on dit hein. Donc on apporte à la fois notre expérience mais nous on retire aussi des choses des autres.

Et donc quand vous vous faites des concours et tout, c'est vous qui allez voir les gens ou c'est eux qui vous proposent ? Parce que j'ai vu sur votre page Facebook que vous avez fait un concours avec un restaurant .

Oui alors c'est le restaurant qui était venu nous voir initialement puisque à l'époque c'était un nouveau restaurant qui s'est ouvert avec un chef qui était étoilé, qui était en train de reconquérir ses étoiles ou son étoile (je sais pas très bien combien il va en avoir). Et donc dans sa phase de développement et de se faire connaître bah il nous a contacté effectivement pour avoir un partenariat. L'idée qu'il avait aussi c'était de faire des chambres d'hôtes chez lui mais il n'en avait pas encore et donc pour lancer son business de chambre d'hôtes bah il est venu nous voir. Et on a eu une période de quelques mois de partenariat.

Vous avez accepté parce qu'il travaille dans le local et il fait aussi attention à l'environnement ?

Tout à fait. D'abord il avait une vue de la restauration qui était un petit peu différent de ce qu'on connaît. Et de fait il s'est beaucoup développé maintenant avec un potager. Clément lui travaille avec tous ces fournisseurs qui sont tous locaux artisans et cetera. Et bah sa manière de voir les

choses aussi ça nous correspondait tout à fait donc on était vraiment sur la même longueur d'onde.

Ah oui d'accord. Quels sont les acteurs qui contribuent à produire les services offerts à vos clients ?

Alors là c'était une question j'ai pas tout à fait cerné l'objet de la question . Euh moi je dirais que ceux qui contribue à produire le service offert au client bah d'une manière générale, ce sont les partenaires. On a aussi euh du point de vue des entités ou des instances super on est membres des gîtes de Wallonie. Ce qui fait que on a on a pas mal de euh d'idée directrice aussi, de lignes directrices pour nos activités, donc pour améliorer nos services et cetera donc c'est important. Mais la maison du tourisme du Brabant wallon aussi d'une certaine manière puisque par certaines promotions elle nous aide aussi à booster un petit peu notre activité et puis qu'on puisse faire en sorte qu'on est viable et qu'on puisse continuer à offrir de la qualité à nos clients. Et puis euh de manière très personnelle, on a des informations qui proviennent de gauche de droite, des médias, des communiqués de presse, etc. Et donc on en fait un petit peu l'analyse et on essaie d'exploiter ce qu'on peut exploiter dans ce qu'on recherche.

Avec cette question-là, on peut peut-être aussi parler plus précisément de vos fournisseurs qui contribuent à l'expérience que le client vit ?

Ils sont très peu nombreux. Euh on a on a quelques fournisseurs qui euh au niveau des tables d'autres. Là pour le moment parce que on est obligé de de proposer les repas le soir puisque l'Horeca elle est fermée. Entre-temps elle est en train de se rouvrir petit à petit. Mais donc pour que les gens puissent se sentir bien chez nous, il faut qu'ils puissent manger correctement aussi. Et donc là on a on a quelques sélections de fournisseurs. Alors ça peut être très spécifique comme une ferme mais ça peut être aussi... on a à Corbais aussi le magasin bio qui a des produits bio labellisés et cetera. Mais c'est plus en terme de fournisseurs qu'en terme de partenariat. En termes de partenariat en tant que tel, on n'en a pas.

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Alors pour moi le tourisme durable, c'est sur le plan sectoriel du tourisme. C'est ce qu'on appelle le développement durable hein. Donc on voit vraiment les 3 axes classiques du développement durable : c'est les aspect environnementaux, les aspects sociétaux, et les aspects économie, les finances et la viabilité et la rentabilité. Et je crois que c'est vraiment important euh parce que même si les aspects environnementaux et sociétaux sont ce qu'on peut montrer ou expliquer à nos clients, l'aspect rentabilité économique est très important justement pour être à même de pouvoir continuer de pérenniser l'activité et de montrer un certain sérieux aussi par rapport à notre clientèle. Donc ça c'est vraiment le développement durable. Mais appliquée au tourisme euh l'objectif est bien sûr de pérenniser l'activité et donc c'est toujours des objectifs à long terme. Le développement durable moi j'aime l'adjectif durable c'est bien ça, c'est de garder l'activité le plus longtemps possible. Et donc ça implique un travail de conception, de réalisation, et d'exploitation de l'activité. Voilà c'est toute une démarche qui est importante. Et

pour moi aussi (ça c'est pour déjà entamé la réponse à la question suivante) le tourisme durable est à mon sens accessible à tous parce que tout le monde peut se mettre des objectifs et atteindre des objectifs qui sont euh peut-être pas très ambitieux ou au contraire très ambitieux mais donc c'est ouvert à tous. Il y a pas de limitations. Ce que je trouve qu'on a pas tout à fait avec l'écotourisme mais ça c'est la question suivante.

Qu'est-ce que signifie pour vous l'écotourisme ? Et voyez-vous une différence entre les 2 ?

Pour moi l'écotourisme n'est qu'une partie de la question et de la réponse. C'est surtout sur l'aspect environnemental et tout l'impact de l'activité sur la nature, pollution, santé, énergie, mobilité, etc. Euh et donc si on reprend le triangle du développement durable, pour moi l'écotourisme c'est ce triangle mais tout à fait décentré. Et donc euh pour moi il n'est pas suffisamment équilibré. ça peut poser des problèmes et dans ce sens-là je trouve qu'il n'est pas accessible à tout le monde. Parce que euh si on met l'accent principalement sur les aspect environnementaux euh on est dans une situation où c'est pas possible d'agir correctement. Et voilà, ça pose plus de difficultés.

Donc la question suivante est : est-ce que vos chambres d'hôtes ont toujours été dans une lignée durable ?

Oui dès le départ parce que c'est vraiment la colonne vertébrale de notre projet. En fait on a créé une chambre d'hôtes il y a plus de 5 ans. Euh il y a à peu près 8 ans qu'on a eu l'idée de le faire. On a mis 5 ans pour passer de l'idée au premier client. Et puis maintenant on a 3 ans d'activité totale. Et donc comme c'est un nouveau projet, on a directement conçu le projet en ayant en tête tout ce qui était développement durable mais pour notre activité. Donc on a conçu la construction, les aménagements, les techniques, et aussi notre vie dans cet objectif-là.

Quelles sont vos motivations à vous inscrire dans une démarche de développement durable ?

Alors les motivations pour nous inscrire dans une démarche durable, d'abord pour nous il y a la motivation... oui et non. C'est une évidence donc je sais pas très bien ce qu'il faut... voilà c'est une manière d'être, c'est une manière de vivre, et on a eu une évolution dans notre vie, étant donné qu'on est déjà parents et grands-parents donc on a toute cette expérience, pas simplement au niveau familial je vais dire au niveau de la société, au niveau de l'évolution de la société, de notre impact. Donc pour nous c'était une évidence. Et comme je le disais euh une motivation c'est le respect des autres, de la famille, de l'environnement, enfin le respect décliné dans tous les secteurs. Ça je crois que tourisme durable ou développement durable est vraiment synonyme de respect également ou en tout cas c'est une composante majeure. Et alors là c'est peut-être un peu plus philosophique euh on se dit toujours que notre passage sur terre ne doit pas être un passage consommateur mais on doit laisser quelque chose de positif. Alors je sais pas quoi, je peux pas le définir, mais positif certainement par rapport à nos enfants et cetera. Et donc si on s'inscrit pas dans une démarche durable on sera simplement consommateur et on ne fera que puiser un certain nombre de choses et on laissera un peu moins pour les autres et ça c'est pas le but.

Lorsque que vous avez lancé votre activité durable, quelles sont les freins que vous avez rencontrés ?

Alors euh j'en citerai 2 qui sont plutôt généraux. Euh le premier oui voilà les finances. Les finances parce que les investissements sont importants. Alors on a les profits par la suite mais il faut investir. Et quand on le fait avec des petits moyens qui sont les moyens d'une personne ou d'une petite SCRL. Donc moi je travaille aussi en SCRL mais c'est une SCRL de 2 personnes c'est une SCRL privé si on veut. Et donc c'est quand même difficile. Donc oui il y a les finances parce qu'on est obligé de faire des choix et on est limité dans certaines options certainement. Et alors euh de manière plus philosophique c'est un peu le doute en ce sens que euh la question que je me suis posée c'était de comment m'engager. Oui mais comment vraiment rentabiliser cet engagement. Comment faire en sorte que cet engagement produise des résultats et là parfois quand on est au début de la démarche on voit peut être pas les choses de manière très claire. Et donc voilà, est-ce que je le fais ? Est-ce que mon engagement se limitera à moi-même et à ma bonne conscience ou bien est-ce qu'il y aura des retombées etc. Donc ça c'était un petit peu le doute dans la mise en route de notre engagement de manière générale. C'est bien de faire les choses mais si c'est pour ne rien avoir au bout du parcours c'est pas très intéressant.

Pensez-vous que les freins que vous avez rencontrés peuvent dissuader certaines personnes de se lancer dans une démarche de développement durable ?

Euh alors moi j'en suis convaincu. J'en suis convaincu parce qu'il faut des idées claires, il faut de la persévérance. C'est certainement un certain niveau de moyens financiers pour pouvoir réaliser ces objectifs. Lorsque je dis oui, ça m'a l'air d'être transférables sur les problèmes que j'ai eus qui sont certainement pas personnel et peuvent être vécues par d'autres.

Quels sont les difficultés que vous rencontrez aujourd'hui ?

Alors les difficultés qu'on rencontre aujourd'hui elles sont peu nombreuses. C'est essentiellement des problèmes techniques de maintenance de matériaux, de techniques, etc. Donc on a parfois des surcoûts liés au choix qu'on a fait et qui impute notre manière d'être et cetera.

Quand vous parlez de maintenance, vous parlez de maintenance pour la construction fin pour le bâtiment ?

Oui par exemple on a euh nos haha système de de chauffage par le sol qui fait appel à une pompe à chaleur, on a de la géothermie, on a euh on a toute une série d' électrovanne donc des ballons tampon, indécant de température, des circulateurs,... Bah tout ça fait que c'est des systèmes qui sont un peu plus compliqué que ce qu'on a d'habitude. Et donc de temps en temps il y a une sonde de température qui tombe en panne ou y a un filtre qui est bouché qu'il faut remplacer et cetera. Voilà ce sont des choses qu'on a peut-être un peu sous-évalué au départ et qui sont bien réels.

Connaissez-vous les critères de tourisme durable de la clé verte qu'il faut respecter avant de vous lancer dans votre activité?

Alors oui on les connaissait parce qu'on s'était renseigné au moment où on a conçu le projet donc même avant la construction de la maison puisque c'est une nouvelle maison. Et donc on avait la grille de critères qui était en vigueur à ce moment-là. Bon la grille a évolué depuis lors hein. La grille actuelle n'est pas celle sur laquelle on s'était basé au départ. Mais en tout cas ça a été un guide extrêmement intéressant et qui nous a permis justement de faire nos choix notamment technique ou de conception de maison, du style gestion de l'eau par exemple où on a des critères d'utilisation d'eau de pluie donc on a prévu les circuits qu'il fallait, euh les critères énergétiques etc. Donc tout ça ce n'est pas que la grille clé verte qui nous a guidé mais ça fait partie de la réflexion. Ça nous a beaucoup aidé.

Et donc vous pensiez dès le départ d'obtenir ce label ? Vous ne pensiez pas faire du tourisme durable/développement durable sans avoir le label ?

Euh au départ c'était pas clair si on allait chercher le label ou pas. On a considéré que les critères du label étaient vraiment des pistes de réflexion qui étaient intéressantes et puis par la suite on s'est dit : ben voilà on a fait tout le travail pourquoi pas se faire labelliser? puisque on savait très bien qu'il y avait des critères qui étaient obligatoires et puis toute une série de critères optionnels, un système de points et cetera. On a fait le calcul et on s'est dit bah on est bien installé dans cette grille d'évaluation donc oui on va faire la demande et puis on a l'euh sans problème. Je dis bien sans problème parce qu'on était bien au-delà du minimum requis pour avoir le label.

Et pour vous quels sont les avantages alors d'avoir ce label ?

Mais les avantages de ce label c'est plus une question de nous structurer et de formaliser les choses pour nous, plutôt que de vraiment l'utiliser comme marketing. Euh et bon il faut se remettre en tête la situation d'il y a 4 ans quand on a décidé d'être labellisé ou pas. Euh maintenant les choses vont peut-être changer parce qu'avec les conséquences de la pandémie, il y a des tas de réflexions et des sujets développés avec une réappropriation de notre milieu, de notre pays, de notre région etc. et de tout ce qui est impactant au niveau environnement en particulier. Et voilà mais je crois que c'était surtout pour formaliser les choses et comme en plus on a un audit de renouvellement, un audit annuel ça nous permet aussi de chaque fois refaire le point sur la manière dont on travaille et qui est très naturel chez nous. Je veux dire on fait pas des efforts en tant que tel pour vraiment rester dans le cadre de la Clé Verte mais voilà c'est ça maintenant. Oui on est contents d'avoir le label, de pouvoir en parler certainement.

Que pensez-vous de ces critères ?

Alors les critères bah euh oui euh je veux dire que c'est correct. Euh bah une grille de critères n'est jamais parfaite hein on peut toujours l'améliorer mais je crois qu'elle est aussi un peu plus réaliste maintenant qu'elle ne l'était quand on a commencé parce que on s'était posé quelques

questions avec la grille de critères ancienne. Et bah je crois que maintenant il y a pas grand-chose à dire, y a pas trop de points négatifs en ce sens qu' il y a quand même des critères qui sont contre optionnels et qui sont attribués lorsqu'on est en situation spécifiques d'y répondre ce qui n'était pas le cas précédemment. Donc voilà j'ai rien à dire de particulier.

D'accord et est-ce qu'il y a eu des critères qui ont été plus durs à réaliser ?

Euh de manière générale c'est ce qui attrait à la responsabilité sociétale de l'entreprise, la RSE. Il y a quelques critères qui touche à ça pour 2 raisons : la première raison c'est que ces critères sont surtout orientés vers les grandes structures ou les structures où il y a du personnel, il y a aller facilement stabilité, partager des choses comme ça qui s'applique très peu à nous puisqu'on est un couple privé. Donc on n'a pas ces aspects-là. Et la deuxième chose c'est que euh on a fait notre demande de labellisation tout à fait au début de notre activité et donc on n'avait pas encore de tissu social ici accordé où on travaille maintenant parce qu' avant on habitait pas ici. On habitait au départ à... Et donc voilà tout ce qui était contact avec des associations locales, le voisinage, etc. bah on était à zéro pour ce moment-là. Donc c'était assez difficile de nous projeter dans cette dimension-là. Cette fois on a pas trop de soucis.

Pour quelles raisons avez-vous décidé d'obtenir le label ?

Ben voilà c'est ce que j'avais dit. C'était surtout formaliser les choses, c'est nous organiser pour bah pour continuer dans d'autres pratiques normales de vie.

Votre démarche responsable est-elle un point que vous mettez en avant vis à vis de vos clients ? Si oui, comment ? Si non, pourquoi ?

Oui et non. Non dans le sens qu'on n'en fait pas un marketing spécifique. On ne dit pas : venez chez nous on est labellisé clé verte, c'est mieux que machin qui ne l'est pas et cetera. non pas du tout. Donc on n'a pas de marketing spécifique mais il nous arrive parfois d'avoir de très longues conversations avec des clients qui s'intéressent un petit peu à notre projet. Et là on leur explique tout ce qu'on a fait et puis dès qu'on commence à parler, il y a des questions qui arrivent. Mais ça nous arrive de rester une demi-heure voir même plus à parler de de tout ce qui tourne autour de notre engagement tourisme responsable et voilà notre nom, notre projet, dans toutes ses dimensions. Mais c'est à partir du moment où le client est sur place. C'est pas du marketing en tant que tel.

Pensez-vous que c'est un avantage d'intégrer le développement durable dans son activité touristique ?

Euh moi je crois que oui sinon d'abord on ne le ferait pas. Donc je crois que oui c'est un avantage indéniable. Mais euh il faut évidemment savoir où se placer en fonction de son activité. Euh je veux dire que le tourisme a beaucoup de dimensions différentes. On peut être hébergeur et avoir un hébergement comme le nôtre de petite taille mais on a aussi des hôtels qui sont de très grande taille puis on a des attractions qui sont tout à fait différents. C'est pas que

de l'hébergement, c'est aussi d'autres types d'activités. Et donc il y a quand même beaucoup de dimensions différentes et un cas n'est pas l'autre. Donc il faut être très ouvert à mon avis sur la manière dont on aborde les choses et je crois que c'est vraiment indispensable pour la pérennité de l'entreprise si on veut rester actif, si on veut pouvoir se développer euh pour moi c'est incontournable. Je ne dis pas que ne pas l'avoir est une garantie de rater mais ça sera probablement plus difficile. Il y aura peut-être d'autres choses à mettre en place. Mais ici ça nous aide beaucoup et puis on partage aussi notre prise de conscience avec d'autres personnes que ce soit avec les collègues ou partenaires ou connaissances, réseau, voisinage, etc. Et donc ça aide aussi au tissu social.

Quels conseils pourriez-vous donner à des professionnels du tourisme traditionnel qui souhaitent s'engager dans la voie du développement durable ?

Alors première chose c'est de voir le côté positif de la démarche et non pas les difficultés et les obstacles. Je crois qu'il faut partir avec un a priori positif et alors c'est ça qui va nous mener à réaliser le projet et arriver à ses objectifs. La deuxième chose euh je crois que pour moi c'est vraiment un projet dans sa globalité et ce n'est pas une juxtaposition de petites choses que l'on va mettre en place une fois à gauche une fois à droite etc. Alors ça vient petit peu. A l'encontre de ce qu'on dit dans les médias, c'est que chacun peut contribuer au développement durable par des petites actions individuelles et que c'est la somme de toutes ces actions qui va faire qu'on va voir peut être un impact positif sur notre société, sur l'environnement. Mais je crois qu'il faut aller plus loin que ça et quand on a un projet holistique (pour employer un nom un peu scientifique) ça donne plus de sens. Ça donne plus de sens parce que des actions, des décisions qu'on va prendre dans une direction pour quelque chose aura peut-être un impact sur autre chose et c'est en faisant un tout, un véritable projet qu' on pourrait bien avoir quelque chose qui tiennent vraiment la route. Ça c'est la 2e chose. Donc c'est vraiment concevoir un vrai projet. Et puis euh dernière et troisième chose que je recommanderais quand même, c'est se donner du temps, budgétiser son projet, et bien s'informer. Donc ça se fait pas sur un coin de table rapidement et tout seul. Voilà c'est vraiment important.

Quelles sont les recommandations que vous feriez aux autorités de la province pour améliorer le tourisme durable dans le Brabant wallon ?

C'est une question très difficile et je ne suis pas sûr de pouvoir vraiment répondre de manière très constructive. Euh alors moi j'avais mis 3 points ici pour essayer d'un petit peu m'expliquer. Euh j'aimerais parler du tourisme durable de la Clé Verte qui est géré en Wallonie par inter-environnement Wallonie voilà. Et donc ils ont leur manière de gérer les choses. Ils font les formations qu'il faut et donnent les conseils qu'il faut etc. mais c'est dans le contexte clé verte. Or le développement durable/ le tourisme durable, c'est plus que la clé verte. Avec tout ce que j'ai expliqué c'est plus que ça. Et je crois que euh la province devrait aller au-delà de ce que fait inter-environnement Wallonie et devrait aborder d'autres aspects. Par exemple, les aspects économiques ne sont absolument pas pris en compte dans les critères de la clé verte alors que euh ben tourisme durable c'est du développement durable et il faut que la rentabilité soit au rendez-vous parce qu'autrement on se casse la figure. Et donc voir au niveau de la province

qu'est-ce qui pourrait se faire au niveau des formations, au niveau des impacts vraiment locaux, au niveau des partenariats les mettre en relation avec des structures qui sont labellisés pour pouvoir euh en parler à ceux qui ont le projet de l'être et qui auraient quelques difficultés etc. Donc voilà mettre en route un réseau peut-être. Et alors dans cet esprit-là mais il y a les 3 axes et il y a certainement des opportunités qui sont spécifiques à la province qui serait bon de mettre en avant. Mais voilà c'est une réponse qui est très général. Je peux pas vous donner d'idées très précises sur cette question.

Est-ce que vous trouvez que la dimension sociale est assez prise en compte dans la Clé Verte ?

Mais elle est prise en compte mais comme je le disais euh j'ai moins d'expérience. C'est maintenant qu'on est en train de travailler sur ça au niveau de notre renouvellement de label puisqu' au départ c'était un point qui nous paraissait un petit peu plus difficile puisqu' il y avait des critères auxquels on pouvait pas répondre parce qu'on était pas encore dans la situation d'exploiter notre activité ici. Donc je crois que ce sera oui ça serait intéressant de pouvoir... on parle de plus en plus de partenariat avec les producteurs locaux etc. Je crois que ce serait une bonne chose de travailler sur cette dimension là mais pas simplement partenariat avec une vue économique, une vue voilà d'affaire j' achète je vends et puis j'ai quelques conditions etc. c'est pas ça le partenariat c'est plus que ça.

C'est pour plus échanger des idées, des conseils,.... ?

Oui voilà, monter des projets ensemble oui. Il y a pas que les partenaires. Aussi moi je me rends compte que dans le quartier dans lequel on s'est mis ici ben c'était un petit lotissement. On a acheté le terrain c'était quelqu'un qu'il avait acheté pour un placement immobilier donc il l'a revendu au bonbon et puis nous donc on l'a acheté. Euh donc on est nouveau dans le lotissement qui existe quand même depuis plus de 40 ans et il y avait peut-être pas une méfiance. Mais voilà c'était pas la franche amitié avec les voisins puis petit à petit les choses se sont mises en place et ils ont compris notre activité. On leur a expliqué aussi, on les a invités, on a eu pas mal d'échanges et maintenant les choses tournent bien. Donc je crois que euh c'est une autre dimension qui est très local puisque on est avec nos voisins immédiats. Mais vue à l'échelle de la province ça peut être extrapolé à mon avis.

D'accord. Pour finir, comment voyez-vous l'avenir du tourisme durable ?

Alors j'ai indiqué 3 petits points. D'abord euh positif mais difficile. Positif parce que c'est inévitablement une direction que l'on doit suivre euh c'est en train de se mettre en place. Alors c'est pas moi qui le met en place. Je suis attentif à ce qui se met en place au niveau local, national, régional, international, et on voit que ce sont des tendances qui sont en train de se développer. Et euh pour moi oui la tendance est là. La lame de fond est en train de se développer et donc ça ne sera que du positif pour plus tard mais ça sera difficile parce qu' il y a quand même pas mal de difficultés J'ai parlé des difficultés financières mais j'ai aussi parlé de difficultés simplement économiques où on est obligé de se confronter à d'autres entités, d'autres relations qui n'ont pas cette vue-là du tout. Euh je veux quand on veut faire travailler le local

et qu' on a des denrées alimentaires qui viennent d'une ferme que ce soit du fromage, charcuterie, des légumes etc. et que c'est 2,3 fois plus cher que ce que l'on peut trouver en grande surface, on a beau avoir la volonté de le faire il y a un moment où se dit que c'est un peu dommage qu'on doit payer tant pour développer cet aspect-là des choses. Euh alors dans cette lignée-là moi je dirais que cette approche qui était en train de se développer va petit à petit être incontournable. Alors c'est peut-être pas d'ici la fin de l'année certainement pas si tôt à l'horizon, 5 ans à l'horizon disons je n'en sais rien mais c'est de toute façon une question de survie à long terme. On ne va plus pouvoir se dire acteur ou partie prenante dans le tourisme en Brabant wallon en particulier si on adhère pas à une certaine démarche. Je crois que c'est absolument indispensable. Je veux dire quand on est dans une grande ville et qu'on a des tas de guides qui nous dit qu'il y a 15 musées, 12 églises, 34 parc, des sites etc. à visiter c'est de la grosse artillerie touristique et on s'en fout un petit peu de ce qu'il y a autour. On va là parce que ce sont des aimants. En Brabant wallon, on n'a pas de grands aimants comme ça et donc on doit travailler sur d'autres choses. Et je crois que le tourisme durable est vraiment une dimension sur laquelle on doit travailler pour bien se positionner et avoir d'autres attraits que d'autres régions, d'autres villes n'ont probablement pas. Donc voilà ça pour moi c'est une question de survie à long terme. Et alors euh bon un petit bémol quand même c'est qu' il faut pas croire qu'on est tous dans le même bateau avec des objectifs et des intérêts identiques euh donc on a ma carrière des intérêts qui sont un peu différents et si on veut avoir quelque chose de cohérent au niveau d'une province euh bah il faut qu'il y ait un pilote ou (je vais pas utiliser le terme d'arbitre) euh mais il faut trouver les bons équilibres certainement positifs mais difficiles.

Bénédicte Huon – La Bachée

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Donc nous avons commencé un gîte en 2015 et une chambre d'hôte en 2017. Je suis économiste de formation. J'ai fait de la recherche, j'ai été assistant parlementaire et puis j'ai donné des cours en sciences économiques dans une école secondaire. Et puis nous sommes partis 10 ans en expatriation avec ma famille, mon mari et puis je crois avec un enfant de plus et on est revenu en 2012. On a voulu sortir de Bruxelles parce qu'on habitait à Forest et on est tombé par hasard sur ce lieu à Plancenoit qui est une ancienne ferme de 300 ans cette année-ci. Et il y avait des dépendances qui était à l'abandon et on s'est tout de suite dit que ce serait bien pour accueillir nos amis qui reviennent de loin puisqu'on revenait quand même de Hong Kong et d'Australie et avant ça on avait été en Angleterre, donc voilà on avait fait connaissance avec des gens qui habitaient assez loin et c'est comme ça qu'on sait dit tiens on va aménager cette écurie en en logement au départ et puis on s'est dit bah un hébergement puis on s'est dit on va faire une chambre d'hôte enfin B&B quand même puisque c'était ce qu'on était dans les pays anglo-saxons c'était plutôt les B&B et puis finalement en prenant contact avec le CGT très vite on s'est rendu compte que ça devait être un gîte puisque l'hébergement lui-même se trouve à 3 mètres de notre habitation donc elle n'est pas accolée donc ça doit être un gîte. Et puis on a essayé de réfléchir à ce qu'on voulait, le nombre de pièces, le nombre de personnes qu'on voulait accueillir, et c'est comme ça que j'ai tout de suite travaillé en ne m'y connaissant pas bien, aussi on a fait intervenir des gens pour nous aider donc essentiellement CGT et les gîtes.

Et du coup c'est vrai qu'ils ont pu nous aider à définir un peu un programme, un projet avec les critères auxquels entrer en ligne de compte et cetera. Et c'est comme ça qu'on a déterminé un logement avec 2 chambres. On a malheureusement dû empiéter (c'est un double bâtiment il y a une grange, une écurie) malheureusement l'écurie n'était pas assez haute pour pouvoir faire un étage et du coup on a empiété sur le bâtiment à côté ce qui est un peu dommage parce qu'on avait une énorme surface donc il a été diminué. Mais d'un autre côté une idée a germé c'est que comme tout était de plain-pied on s'est dit qu'on allait faire un PMR et du coup c'est un gîte qui est aménagé avec des barreaux, portes avec la bonne hauteur, c'est un gîte avec une douche adaptée et un wc adapté. On n'a pas aménagé de cuisine spécialement parce que nous notre idée c'est qu'une personne en chaise roulante ou une mobilité réduite puissent venir avec un groupe. Ce n'est pas accueillir 10 personnes en chaise roulante voilà quand même pas. Et donc très vite aussi j'ai voulu me faire aider et je suis tombé sur le programme WDQ Wallonie destination qualité qui m'a aidé à me dire qu'en fait j'avais toujours peur un peu de mal faire ou de pas bien choisir, faire les bons choix ou de ne pas voilà. Et finalement je suis arrivé à l'idée qu'il n'y a pas d'hébergement parfait. Il y a un hébergement qui correspond à l'hébergement quelque part ça doit être à son image et qui correspond à des autres à un moment donné pour un certain type d'activité et donc ça m'a complètement décoincé entre guillemets en me disant on fait quelque chose à notre image qu'on a envie de faire en annonçant bien ce que c'est, qu'il n'y ait pas de déception donc que le produit soit clair et que les gens qui viennent sache pourquoi ils viennent et qu'ils ne soient pas déçus de ne pas trouver de choses qui n'y trouverait pas parce que ça n'y est pas. Et donc l'idée a germé (et ça rejoint directement votre sujet les labels) les labels m'ont permis d'afficher une certaine image de l'aménagement en suivant les critères proposés par ce label et auquel je voulais contribuer. Donc c'était dans les 2 sens et c'est comme ça que je suis devenu Bienvenue Vélo, Clé Verte donc ça je suppose que ça vous intéresse, quand il y a une initiative des gîtes de Wallonie bah j'y participe, aussi au gîte solidaire parce que je trouvais que c'était important de pouvoir sortir un peu de notre confort habituel et de s'adresser à des publics qui ont plus de difficultés, aussi j'ai le label LBGTI donc pour dire que nous n'avons absolument aucun problème à ce que des personnes d'orientations sexuelles différentes viennent. C'est dommage que ça doive être un label mais bon je trouve que si ça peut aider certaines personnes à oser venir et à se sentir moins mal à l'aise de venir chez nous tant mieux. Voilà en gros. Et donc ici ça fait la 6e année. Nous sommes assez surpris de voir que nous avons un taux d'occupation vraiment très important au delà de 80 même voir non 100% même cette année-ci. Mais en fait nous n'avons qu'une part assez fine de touristes. Nous avons bien des expatriés qui reviennent d'année en année, qui reviennent pendant les vacances, des choses comme ça. Ce sont des Belges qui sont partis vivre à l'étranger et qui reviennent le temps des vacances ici et qui ont un pied-à-terre parce qu'en fait notre gîte est vraiment une maison. Donc c'est une maison avec tous les équipements quasiment parfois j'en mets aussi du savon pour les arrivants euh donc ils ont les draps, ils ont tout. Donc l'idée c'est vraiment ça c'est de pouvoir être une maison, un lieu où qui soit aussi bien pour des hôtes qui seraient qu'à 2 ou une famille de 5 ou même encore avec 2 personnes supplémentaires mais qui dorment à ce moment-là dans le divan lit qui est dans le living puisque j'ai reçu l'appellation possibilité d'accueillir 5 plus 2 personnes dans la chambre d'hôtes donc c'est ça. Pour terminer avec le gîte donc nous avons des touristes mais ils ne sont pas nombreux. C'est quand même donc des Belges ou des gens qui sont du coin sauf ceux qui reviennent parce qu'ils habitent à l'étranger pour y travailler

parce qu'ils sont retraités et donc elles viennent ici pour voir la famille ou pour des événements ou pour des soins médicaux ça j'en ai pas mal aussi. Et alors j'ai beaucoup de gens du coin qui déménagent ou qui font des rénovations dans leur maison et des gens qui ont aussi besoin d'un endroit où loger après séparation, des choses comme ça, mais donc des petits accidents de vie. Et donc voilà ils viennent et c'est ça aussi qui explique que le taux d'occupation est important. C'est que j'accepte aussi les plus longues durées parce que... c'est dommage effectivement de plus être libre et de plus pouvoir accueillir d'autres personnes à ce moment-là mais je trouve que c'est aussi le but du gîte de pouvoir être une réponse à un moment donné dans la vie des gens que ce soit des événements heureux ou moins. J'ai aussi 2,3,4 dames qui se sont retrouvées veuves et qui ont eu un petit temps dans le gîte (15 jours) pour se retrouver et être en dehors du lieu où la personne est décédée. Une autre dame elle devait quitter la Belgique et donc c'était le moment de quitter son appartement, sa maison qu'elle louait dans le village et donc voilà c'est toutes des petites étapes comme ça dans la vie des gens et quelque part où voilà on garde souvent contact et donc voilà c'est un peu la manière dont on travaille. Et quand ça se passe bien mais c'est vrai que les gens reviennent souvent. Et alors au niveau de la chambre d'hôte nous avons donc une petite pièce supplémentaire au bout de notre maison familiale donc qui est tout à fait à droite quand on voit la cour intérieure et là l'idée c'était qu'on puisse accueillir une à 3 personnes. On a installé une petite cuisine aussi maintenant donc ça peut être un peu plus autonome et en fait donc l'idée de base était de pouvoir accueillir un groupe de 10 personnes et donc l'utiliser un peu comme une troisième chambre. Donc il y a tout ce qu'il faut dans le gîte pour accueillir 10 personnes en sachant qu'on a la capacité de 7 dans le gîte et 3 dans la chambre d'hôte. Ça c'est vrai que ça s'est déjà passé aussi j'ai oublié de vous signaler aussi que à côté du gîte dès le début on a aménagé une pièce qu'on appelle l'atelier (pièce de quoi 25 mètres carrés) que je mets parfois à disposition pour le gîte quand les gens ont besoin d'une pièce supplémentaire pour travailler par exemple euh hein surtout maintenant le télétravail donc souvent je permets aux gens de travailler là. C'est leur parti bureau quand il y a des adultes qui travaillent ou les gens qui veulent être tranquilles à faire des devoirs peut s'isoler des 2 chambres, de la grande pièce centrale (parce que chez moi c'est une grande pièce centrale avec living cuisine) donc pour s'isoler il y a moyen d'aller dans cette pièce supplémentaire. Et sinon euh normalement quand les temps sont sans covid nous organisons 4 fois par an des stages avec des enfants et donc cette pièce était l'atelier ou récréatives artistiques etc. avec les enfants. Voilà j'ai déjà été bien longue je crois. Oui peut être au niveau du nombre je...maintenant je vous laisse. Je vous laisserai affiner, ce sera plus facile pour vous de rentrer dans les catégories si je réponds à vos questions au fur et à mesure.

Comment choisissez-vous vos partenaires donc les fournisseurs, associations intercommunales, fédérations sectorielles, partenaires, sponsors ?

Donc je me suis inscrite à la fédération des gîtes de Wallonie avec laquelle je travaille depuis le début parce que je trouvais que s'il y avait bien quelqu'un qui pourrait nous représenter c'était des gens qui était dans le même le secteur, qui ont des hébergements, qui ont l'expérience pratique à communiquer. Alors le CGT bien sûr ça c'est aussi un partenaire enfin j'ai eu la chance d'avoir Jean Philippe Renault qui était un...je pense qu'il n'est plus là pour l'instant, un représentant vraiment très chouette, très ouvert, et vraiment il m'a appris énormément de choses

qui allaient même au-delà des critères et de l'homologation à la région. Voilà donc je suis vraiment tombé sur les bonnes personnes. Euh sinon bah la maison du tourisme du Brabant wallon bien sûr. En fait j'étais volleyeuse pendant 20 ans hein donc l'esprit d'équipe etcetera c'est important. Je ne suis pas quelqu'un qui se met à l'avant-plan et qui a besoin d'être seul. Au contraire j'aime bien travailler en équipe, j'aime bien avoir des gens autour de moi, être assuré par rapport à ce que je fais (ça je crois que vous l'avez déjà un peu senti) et donc ici bah c'est vrai que je suis épaulé par mon mari mais il continue à travailler mais il s'y connaît bien au niveau économique donc c'est vrai que ça il me rassure beaucoup. Il a beaucoup d'intuition mais sinon par rapport aux autres partenaires, tous les partenaires que je peux trouver, que je trouve intéressants (pas trop commercial) mais surtout dans le sens d'améliorer le travail qu'on fait et cetera je suis preneuse. Et c'est comme ça que j'ai pu donc effectivement maintenant faire partie de l'équipe WDQ depuis 2,3 ans. L'équipe fait partie des hébergements qui suivent le processus d'amélioration continue. Ils font régulièrement des animations comme la maison du tourisme aussi donc ça je participe ou pareil je me suis mise au niveau de l'orque aussi donc il y a aussi des réunions qui s'organisent et cetera bah j'essaye d'en faire partie. Au niveau des gîtes de Wallonie, il y a un sous-groupe qui est en train de se monter mais Roland vous en a parlé c'est lui qui est un peu la tête ça. Donc il crée une branche Brabant wallon pour les hébergements inscrits à la fédération en Wallonie. Donc euh par rapport à la commune on est fort seul. J'ai effectivement contacté les autres et cetera. J'essaye de voir aussi quand je refusais les gens chez qui je peux les orienter au niveau des autres hébergements. Très vite aussi j'ai... je ne fait pas partie de Waterloo parce que malheureusement Placenoit fait partie de Lasne mais j'ai tout de suite été aussi voir le syndicat d'initiative de Waterloo où j'ai eu de très bons contacts et de bons renseignements. Et finalement bah il nous recommande aussi alors je ne suis pas au départ sur leur commune (on est à 2 kilomètres de la butte du lion) donc c'est vrai qu'on est très proche. Donc le partenariat oui je suis vraiment pour et le fait de se connaître et de s'entraider et toujours dans un esprit constructif parce qu'il y a vraiment de la place pour beaucoup de monde et c'est intéressant de s'entraider. Donc voilà je ne sais pas si j'oublie quelqu'un au niveau des associations...oui bien sûr il y a l'association Lasne Nature par exemple. C'est une association de respect de l'environnement de mon village. Je me suis adressé à eux pour acheter des nichoirs par exemple. Eux savent mieux quelles sorte d'oiseaux on peut accueillir, peut espérer hébergé dans les nichoirs et cetera. Sinon pour tout ce qui est la nature je me suis inscrite aussi au cercle des naturistes de Belgique. Donc il y a aussi une section Brabant wallon qui permet de découvrir un peu la faune et la flore des environs avec tout ça dans le but de pouvoir en faire bénéficier bien sûr mes gîteurs en connaissant mieux ou en leur suggérant des visites ou des choses comme ça voilà.

D'accord. Alors quels sont les acteurs qui contribuent à produire le service offert à vos clients ?

Dans mon gîte, je suis toute seule. Je me fais parfois aider pour le ménage mais sinon je suis vraiment toute seule. Ah oui j'ai mon beau-frère qui m'a aidé pour le site et maintenant ma cousine. On va refaire mon site demain. Il est déjà prêt mais on l'a mis en brouillon et donc là je me fais aider. En fait elle suit une formation WordPress et elle m'a pris comme exemple et donc elle a travaillé dessus et donc demain on devrait mettre à jour le nouveau site. Mais donc

à priori c'est vraiment toute seule. Je n'ai personne. Mais parfois oui je suis dans des annuaires mais jamais payant. Euh oui ce qui est payant c'est effectivement les 4 panneaux routiers que j'ai pu mettre. Donc ça c'est vrai que c'est une aide quand même très précieuse. Cela vraiment je dois avouer qu' il y'a pas mal de gens qui les voient. Mais sinon j'ai beaucoup de chance de ne pas avoir dû faire appel non plus à des OTA (agence de voyage en ligne qui propose de réserver). Et toute façon je veux rester maître de mon hébergement et même au niveau ORC (Outil Régional de Commercialisation) que je ne sais pas si vous connaissez un peu le principe de réservation en ligne. Voilà c'est je trouvais que c'était bien de pouvoir proposer ça à nos clients potentiels. La seule chose c'est que quand ils réservent c'est direct. Donc direct j'avais une réservation qui tombe etc. et moi dans mon mode de fonctionnement vous avez compris que j'ai des gens qui reviennent et cetera et que parfois ils ne connaissent pas la date précise et tout. Et donc je veux pouvoir être prévenue du choix des gens. D'un autre côté je ne peux pas...par exemple j'ai des clients qui viennent chaque année des Etats-Unis et (clients j'aime pas dire ça je dis des gîteurs) pendant le mois de mai mais c'est jamais la même période fixe. Et bien en général on me contacte et on me dit tiens je voudrais venir de telle à telle période. Je dis un moment je contacte d'abord mes gîteurs qui viennent habituellement mais pour voir si ça ne se chevauche pas. Ainsi ils n'ont pas pu encore me donner les dates et pour être sûr ça s'arrange pas et bien sûr ORC ne savait pas faire ça évidemment puisque les réservations tomber directement ou alors je devais mettre tout le mois de mai occupé. Et donc voilà j'ai pu trouvé que sur ce système de réservation il y a moyen malheureusement en payant un petit abonnement d'avoir une formule qui permet d'avoir 2,3 jours (le temps qu'on veut en fait) avant de confirmer la réservation demandée par les gens. Donc sinon je fais vraiment tout en direct. Donc j'ai des réservations qui viennent de mon site, par téléphone puisque j'ai juste un panneau devant la rue avec le numéro de téléphone. Mais sinon le nom du gîte La Bachée c'est parce que c'est la rue de La Bachée donc c'est assez facile à trouver puis c'est un tout petit village. C'est vrai qu'on n'est pas très nombreux dans le coin. Je suis quand même dans les annuaires des communes ou bien téléphonique et alors destination BW bien sûr. C'est ça c'est la banque de données pivot et sinon les gîtes de Wallonie et alors bien sûr sur les listes des différents labels.

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Le tourisme durable... et bien il y a différentes manières au niveau économique, au niveau environnemental et au niveau sociétal. C'est les 3 aspects euh au niveau durable. Mais c'est vrai qu'on a tendance à dire que l'environnement est le plus important dans la mesure où c'est quand même une bonne gestion des déchets, le fait de pas gaspiller, de plutôt favoriser les moyens de locomotion friendly comme on dit, moins gaspilleur d'essence ou de gaz ou de tout ce qu'on veut ou de diesel. Pour moi au niveau de l'hébergement effectivement éviter le gaspillage et la trop grande quantité de déchets. Donc c'est inciter les gens à bien participer au compostage. On a un compost, c' est bien expliqué, on a une poubelle spéciale. On a un composte dans le jardin bla bla bla. Alors proposer des boissons, d'utiliser l'eau du robinet avec Brita même si c'est pas excellent mais alors il y a Soda Stream. Et ça c'est vrai que je ne vends pas spécialement une marque mais voilà je trouve que ça permet aussi d'utiliser de l'eau et simplement du gaz. C'est une façon pour moi de leur faire connaître aussi et les gens en général

aime bien et s'ils aiment bien tant mieux. Ce qui n'aime pas bah au moins ils l'auront au moins connu. Faire attention de pas trop gaspiller mais donc d'avoir un gîte aussi pratique qui fait qu'on n'a pas envie de trop allumer la lumière et cetera. Donc il a été bien éclairer, les choses comme ça. Donc y'a tout c'est éviter le gaspillage, l'eau qui coule etc. Mais d'un autre côté c'est un peu notre souci avec Clé Verte c'est que les gens ne viennent pas pour ça chez moi. Ils viennent parce que le cadre est beau, c'est vrai que ça a été bien rénové, qu'on a utilisé les matériaux du jardin. Il y a par exemple on a aménagé un petit banc sur la terrasse ben c'est toute les pierres qu'on a trouvé dans les vieux moellons qu'on a trouvé dans le jardin ou qu'on a récupéré puisqu'on a fait des percées dans les murs et comme les murs font un mètre de profondeur c'est vrai que... donc c'est des pavés qu'on a trouvé avec ceux dans le jardin avec laquelle on a fait le pavage de la terrasse mais le banc on l'a fabriqué avec les moellons des murs. On a essayé d'utiliser des bons produits qui sont moins nocifs pour la santé. Donc voilà au niveau de la démarche du gîte on a on a essayé d'être le plus en environnemental-friendly c'est possible. Et on essaie d'induire un certain comportement responsable aussi de la part des gîteurs tout en respectant leur manière d'être. Et c'est vrai qu'il y a des gîteurs qui ne savent pas trier les déchets. Je leur dis bien au départ, je leur explique les 3 poubelles, le compost, et que y'a un endroit spécial dans le garage où ils peuvent même tout déposer comme ça et je m'en occupe s'ils ne savent pas ils le posent je trie. Donc je trouve qu'il y a une entre guillemets éducation et en même temps liberté qu'il faut laisser. Je veux dire s'il y a des gens qui n'ont pas envie de le faire c'est pas à moi à leur imposer. C'est pas parce qu'ils sont chez moi que je dois leur imposer ce que je fais parce que je trouve que c'est comme ça que ça doit être. Mais alors au niveau durable c'est quoi aussi on va faire en sorte qu'ils aient des produits qui soient plutôt écologiques donc tout ça je l'ai dit au niveau du nettoyage, au niveau des produits qui sont moins mauvais pour l'environnement, que je leur propose aussi dans le gîte certains types de torchons, de lavette, de loques, etc. euh sur le produit pour les mains, la vaisselle ou laver le sol parce qu'en fait c'est moi qui lave, qui m'occupe du nettoyage quand les gens partent mais au moment-même c'est eux. Et donc ils ont tout un équipement qui leur permet de prendre en charge la maison au niveau nettoyage. Qu'est-ce que je peux dire d'autre... donc ça c'est plutôt inciter les gens à avoir un certain comportement de non gaspillage sur place. Au niveau de la pérennité, ben on espère que le bâtiment comme il a été conçu de manière assez dans les normes et de manière environnementale durera longtemps, qu'on ne devra pas faire trop de frais non plus ni de transformation qui sont quand même aussi coûteuse en terme énergétique et en terme d'environnement. Et au niveau sociétal ben je vous ai dit effectivement c'est vrai que je parle toujours bien aussi de toutes les initiatives au niveau local. Je suis coopératrice à la WooCoop voilà qui est une coopérative qui existe depuis 3,4 ans maintenant. Nous sommes 300 coopérateurs et nous tenons un magasin/une épicerie assez complète avec en échange une obligation de prester un shift de 3h toutes les 4 semaines. Et donc maintenant je me suis engagée aussi dans une des cellules (la cellule accueil) donc voilà c'est une organisation assez bien gérée où les coopérateurs (donc tous bénévoles) ont une place assez importante et chacun vient avec les compétences qu'il peut apporter donc ça c'est vraiment très intéressant. Donc ça effectivement je leur parle du projet, s'ils veulent aller faire les courses, je vais les accompagner des choses comme ça. Il y a au niveau local aussi nous avons la ferme du Passavant, les gîtes du Passavant (je ne sais pas si vous les avez contacté) c'est un grand gîte qui se trouve sur le long de la route nationale. Je crois qu'ils sont pas chez

les Gîtes de Wallonie, ils sont chez Accueil Champêtre je crois comme ils sont encore une ferme en activité. C'est un magnifique gîte de 14 personnes qui a été ouvert il y a 2,3 ans. Et là ils sont encore une ferme et donc ils produisent des pommes de terre bio et cetera. Et ils ont un magasin qui dans leurs murs 'c'est Agricovert' c'est une coopérative de Genappe qui vend 3 ou 4 fois par semaine des produits bio le plus possible en tout cas raisonné, pareil pour la WooCoop d'ailleurs. Euh mais donc là c'est ouvert à tout le monde ce magasin-là. Il faut pas être coopérateur pour y accéder tandis que nous à la coopérative de Waterloo on doit être coopérateur pour pouvoir y acheter. Mais pour revenir à la ferme du Passavant, ils ont aussi un grand distributeur automatique c'est une grande maisonnette dans laquelle ils mettent leurs œufs en vente ainsi que des farines et des fraises et des pommes de terre. Et donc ça c'est quelque chose que je conseille aussi toujours à mes gîteurs parce qu'on peut même y aller en vélo c'est tout près. C'est un magnifique corps de ferme et c'est chouette de pouvoir aider les gens qui travaillent dans le bon sens je trouve. Euh nous avons aussi de très chouettes boulangeries notamment 'Le Hameau du Roy' bon c'est un peu commercial mais c'est vrai qu'ils utilisent de magnifiques produits et que c'est encore des pains à l'ancienne. Il y en a une autre un peu plus loin du côté de Rixensart 'Le fils du boulanger'. Donc voilà j'ai aussi toute une documentation que j'essaye de transmettre aux gens où leur proposer de s'y rendre voilà... Ah oui j'ai oublié il y a une jeune fille dans le village qui s'est lancé dans du maraîchage et qui propose des ventes de ces produits légumes et fruits tous les samedis en bonne saison. Donc ça aussi je leur propose d'aller faire un tour. C'est ouvert à tout le monde et c'est une manière aussi de rencontrer des gens du village et le dynamisme de certains jeunes quoi. Alors Clé Verte qu'est-ce que je peux dire d'autre... c'est vrai que ce sont des critères qui nous permettent... c'est pas toujours facile de les réaliser. Par exemple les critères de débit enfin ça je sais pas peut être je vais trop loin. Peut-être vous aurez des questions par rapport à ça.

Oui et pour revenir à mes questions je voulais savoir... alors qu'est-ce que signifie pour vous l'éco-tourisme et voyez-vous une différence entre le tourisme durable et l'écotourisme ?

C'est comme aux chiffres, on peut tout faire dire aux mots hein. C'est une question de... comme slow tourisme aussi maintenant hein. Donc il y a quoi écotourisme, slow tourisme, mais vous c'est écotourisme ou tourisme durable. Il ne faut pas jouer avec les mots, il faut que ça reste simple. C'est déjà tellement compliqué je trouve. L'écotourisme ça dépend... éco c'est rien qu'économique alors. Parce que durable donc je vous ai dit pour moi y'a les... hein c'est ce qu'on étudiait, c'était le début hein moi je suis sorti de l'unif en 89 au niveau économique. Quand vous parlez du développement durable il y a 3 aspects donc il y a l'économique, l'environnemental et le sociétal. Alors si on dit éco tourisme est-ce que ça ne se fait rapport que à un des 3 aspects ? Moi c'est ce que je vous dirais en tant qu'économiste mais donc pour moi un tourisme durable va plus loin dans la mesure où on touche deux autres domaines qui sont l'environnement et la société. Et c'est ça que on voit beaucoup le slow tourisme. Ce que j'aime bien c'est que c'est un terme aussi anglophone, universel donc on peut l'utiliser et tout le monde sait, on voit mieux ce que c'est, on imagine le petit vélo qui passe, qui mange bien, qui s'arrête au bons endroits, et qui ne gaspille pas. Donc je trouve que c'est un terme non pas que je sois pour les anglicismes mais je trouve que ça correspond mieux parce qu'en anglais c'est quoi c'est sustainable development c'est-ce qu'ils disent. Donc je trouve que finalement slow

tourisme c'est un peu à la mode donc j'aime pas trop ce qui est à la mode mais je trouve que ça a l'avantage de bien être clair pour la plupart des gens. Au fond qu'est-ce qu'on veut, c'est le mieux communiquer possible.

Quelles sont vos motivations à vous inscrire dans une démarche de développement durable ?

M'améliorer. Donc nous vivons comme ça aussi. Nous on essaye. C'est vrai qu'on est un peu dépendant de la voiture parfois et qu'on aimerait bien être moins gaspilleurs pour certaines choses, faire attention aux déchets mais je ne saurais pas faire le zéro déchet ça c'est sûr même si on essaie de réduire les emballages et compagnie. Euh faire partie d'associations ou de démarches qui permettent d'avoir des attitudes ou de proposer des produits ou un hébergement qui soit plus durable. Bah c'est essayer d'avoir de bons exemples en fait parce qu'on peut pas toujours tirer les exemples de sa propre expérience. Donc je pense que le partage et la communication est enrichissant et le fait de parler avec d'autres gens ou de voir ce qui marche dans d'autres pays ou être plus au courant des nouvelles, de nouveaux produits qui existent, des choses comme ça. C'est ce qui me permet moi de m'améliorer dans ma démarche parce qu'elle n'est jamais acquise et sans cesse on pourrait aménager les choses et on peut toujours faire mieux. Donc pour moi c'est essayer de m'améliorer dans l'idée d'une démarche d'amélioration continue.

Et vos motivations à avoir voulu faire un gîte durable c'était pour accueillir les expatriés comme vous m'avez dit ?

Non pas du tout. Les expatriés bah c'est pas très durable hein les expatriés. On voyage beaucoup en avion et compagnie donc on s'est posé beaucoup de questions aussi. Mon mari voyageait la moitié du temps, il était en avion tout le temps quand on était à Hong Kong il était en charge de l'Asie du sud-est. Donc ça pose beaucoup de questions. Et ça moi ça me dérange beaucoup qu'on prenne l'avion comme on prend le train ou la voiture donc ça c'est quelque chose qui moi au niveau expatrié me gênait très fort. Alors c'est vrai que souvent les expatriés en plus ont de gros moyens financiers et cetera mais du coup ils font parfois moins attention s'ils ne sont pas conscientisés à l'environnement et compagnie. Ben c'est un peu voyager dans les 5 étoiles et compagnie. Bon c'est des clichés mais c'est vrai on en a vraiment connu beaucoup et donc nous on n'a jamais voulu être comme ça et on est resté plus nous-mêmes même si à un moment donné dans la vie on a eu des facilités de vie, de conditions de vie vraiment intéressantes et agréables même si c'est pas toujours facile. Mais pour revenir à ça non moi mon but n'est pas d'accueillir des expatriés. La seule chose c'est que le fait d'avoir vécu moi-même le fait de revenir deux mois par an, le fait de voir la famille qu'une fois par an et cetera pendant 6 ans d'affilée c'est vrai que quelque part j'ai une empathie de l'avoir vécu avec les gens. Et tout le monde le vit pas mal hein mais moi par exemple j'aurais pas pu aller en gîte quand je revenais. Il fallait que je sois dans la famille et on avait un trop grand besoin de revoir les gens. J'aurais pas voulu aller dans un gîte quand je revenais moi d'expatriation mais je comprends tout à fait pourquoi les gens le font. Et quelque part j'ai pu parfois aider aussi quand je sentais...j'essaie d'être la...je parle facilement comme vous voyez mais c'est pas toujours le cas. J'essaie aussi de m'adapter à la personne qui est en face de moi et il y a des

gens qui qui parle beaucoup, d'autres moins ou qui pose beaucoup de questions, d'autres moins et donc voilà. Mais quand ils me demandaient des conseils, des petites choses comme ça ou lors de discussions c'est vrai que mon expérience et surtout après le retour euh on parle d'expatriation mais y'a l'impatriation qui est terriblement difficile à vivre parce qu'on revient mais on est complètement déconnecté de tout ce qui s'est passé ici. Donc c'est assez difficile même si on n'est pas des migrants et tout donc faut relativiser. Et c'est vraiment pas difficile par rapport à ce que bon nombre de gens vivent on est bien d'accord. Mais effectivement il faut pas minimiser non plus la difficulté de revenir après au pays. Et donc là j'ai pu aussi aider pas mal de gens par mon expérience dire des petites choses, que ça passe après un petit temps ou des petits conseils ou des...pas des conseils parce que j'ai pas de conseils à donner, mais comment ça c'était passé pour nous. C'est vrai que par rapport au fait de rester en contact avec des gens qui ont vécu à l'étranger on en a vraiment besoin quand on revient parce qu'on se sent vraiment perdu. Donc euh fin voilà ou donnez des petits conseils par rapport à des écoles. On m'a demandé...y'a beaucoup de gens qui sont revenus 2,3 familles qui sont revenus soit d'Asie soit d'Afrique qui demandaient des informations par rapport à la vie ici, comment ça se passait, quel type d'école était dans le coin, et cetera. Donc là j'essayais de regarder avec eux ou de les mettre en contact avec les bonnes personnes et cetera. Donc au niveau développement durable c'est pas que je recherchais la venue d'expatriés euh ça s'est mis comme ça. Euh mais non c'est par rapport à tous ceux qui viennent. En fait comme je disais tout à l'heure avoir un gîte à notre image et notre image c'est de pas gaspiller et de se montrer les rois du monde quoi. On est dans une situation en plus pour l'instant qui n'est quand même pas évident. Nous on est issus des années 60 où tout était possible. On devait faire attention à rien. Tout était...surtout quand on a eu la chance d'être du bon côté, d'avoir des moyens financiers, un travail etc. une famille et que ça se passe bien. On était effectivement les rois du monde. On pouvait tout faire et quelque part...fin moi j'ai pas été élevé comme ça. Mes parents étaient contre le nucléaire des choses comme ça. On a été conscientisé assez vite. Mais non c'est plus parce qu'on est comme ça. Et c'est vrai que ça me fait mal au cœur quand je vois que les gens laissent la lumière allumée ou qu'ils n'ont pas bien fermé le robinet ou des choses comme ça. C'est vrai que... ou qu'ils ne font pas le compost bon ben je vais le faire après eux ou j'essaye... Je vais pas aller dans le gîte éteindre (ça quand même pas) mais je vais peut-être leur dire gentiment qu'ils ont peut-être oublié tout à l'heure fin voilà. Donc non ici on accueille qui a envie de venir, si ça correspond par rapport au calendrier. Et j'essaye qu'effectivement ça puisse correspondre à ce que on a comme idée du tourisme durable et cetera. Mais les gens qui viennent...c'est vrai qu'il y a un bus qui passe dans la rue qui dessert Braine-L'Alleud à Wavre donc il pourrait aller à Walibi en bus mais moi je vais pas commencer à leur dire aller en bus à Walibi s'ils sont 5,6 c'est sûr qu'ils vont prendre l'auto. Et quelque part c'est leur vacances. Alors s'ils disent qu'ils ont envie d'aller à vélo et cetera je vais les aider à trouver les cartes et compagnie mais je vais leur dire oui si vous voulez aller à la gare ben ou si vous allez à Bruxelles sachez qu'il y a aussi le train y'a un bus ici qui en quelques minutes vous amène à la gare de Braine-l'Alleud et là vous avez un train direct pour Bruxelles ou alors vous pouvez aller en voiture jusqu'à la gare et de là vous pouvez aller en train très facilement. En 13 minutes vous êtes dans le centre-ville de Bruxelles ou 15 minutes et vous n'avez pas les soucis de parquer la voiture. Parce que c'est vrai que c'est pas évident de se garer, c'est de plus en plus difficile de se garer à Bruxelles. Donc là je peux donner quelques pistes mais sinon je laisse

aussi la liberté aux gens de vivre comme ils veulent. C'est pas parce qu'ils sont chez moi qu'ils doivent vivre comme moi mais quelque part le cadre sera facilitateur pour être plus durable entre guillemets.

D'accord. Lorsque vous avez lancé votre activité durable quels sont les freins que vous avez rencontrés principalement ?

J'ai pas eu de frein. La seule chose qu'aux niveaux critères qui m'a embêté c'est le débit d'eau (ça c'est au niveau de Green Key) le débit de l'eau dans les salles de bain, dans l'évier et la douche. On a eu des difficultés à trouver des mousseurs adéquats pour réduire le débit. Et donc ça c'était assez compliqué donc là j'ai tout de suite dit à la fille « écoutez j'ai cherché j'ai été chez Facq et compagnie ça ne correspondait pas ». Pourtant c'était des nouvelles installations sanitaires. Et finalement mon plombier a trouvé, il a diminué en-dessous. Quand on a trouvé l'astuce j'en ai fait part bien sûr à la conseillère et tout pour qu'elle puisse dire à d'autres personnes. Notre chauffagiste plombier nous a dit « mais pourquoi est-ce que vous ne diminuez pas en-dessous ? » Vous savez qu'il y a toujours un petit robinet pour faire accéder l'eau à la fin du système d'alimentation en eau. Et en réduisant à ce niveau-là on arrivait au bon débit. Donc voilà c'est quelque chose pour laquelle la conseillère n'avait pas pu m'aider et finalement c'est après un an et demi, 2 ans que on a trouvé ce système-là. Bon c'est bête quand on l'a trouvé mais avant ça on était vraiment perdu. Enfin on était obnubilé par le fait qu'il fallait trouver des bons mousseurs et on n'en trouvait pas. Et donc voilà c'est le seul petit frein que j'ai eu. Euh sinon en plus on a mis des panneaux solaires donc ça c'était un frein financier au départ. On avait quand même fait énormément de frais quand on a commencé le gîte en 2015. Et donc c'est seulement en 2019 ou 2020 qu'on a mis des panneaux solaires pour le gîte et notre habitation. Donc ça c'est un frein économique effectivement parce qu'il fallait avoir le budget. Donc ça ça pourrait... mais c'est pas pour ça que je n'ai pas été durable, j'ai été moins durable. Mais donc on ne peut pas vraiment dire que j'ai eu un frein par rapport au développement durable, c'était un choix. Ça a été une évidence dès le début voilà. Ah mais oui quand même avant de rentrer dans clé verte au tout début en 2014 ou 2013 quand on a commencé à se dire tiens on va faire un gîte ici euh je me suis très vite renseignée, j'ai vu clé verte et il y avait 250 critères ! J'ai un peu lu et je me suis dit non c'est pas possible. En fait c'est ça on voulait pouvoir aménager le gîte le mieux possible dès le début et ne pas se dire après oh zut on aurait dû faire autrement. Et donc j'avais pris contact directement et quand j'ai vu la quantité de critères et la difficulté que ça aurait été j'ai franchement abandonné. Mais par contre je pense que c'était en 2016 via Inter-Environnement Wallonie, via Marie Spaey pour ne pas la citer, a proposé une réunion à Jambes, à Namur en tout cas pour d'éventuelles personnes intéressées et là j'ai vu que le nombre de critères était descendus à 81. Et là je me suis dit ok c'est plus abordable pour moi, mon gîte est lancé depuis un an, maintenant je peux m'y atteler. C'est comme ça que j'ai été à la réunion et je me suis inscrite tout de suite. Donc le frein c'était ça. C'était la difficulté, le nombre de critères, et puis comprendre ce qui était obligatoire, pas obligatoire, conseillé, pas conseillé. Donc voilà, s'y retrouver un peu dans le dédale de tout ça. Voilà donc le nombre effectivement était un frein.

Pensez-vous que les freins que vous avez rencontré peuvent dissuader certaines personnes de se lancer dans une démarche de développement durable ?

Bah oui. Effectivement je vous dis le nombre de critères même s'il y en a plus que 81 il faut quand même les...voilà, il faut bien comprendre ce qu'il en est. Je peux comprendre qu'au niveau investissement si je vois une personne de 60 ans qui commence par exemple et bah peut-être qu'elle a pas le courage se lancer là-dedans à moins d'être aidé. Et donc c'est ça que moi j'ai toujours été chercher l'aide (bon j'ai pas 60 ans bientôt enfin dans quelques années). Mais c'est vrai que quand on veut se faire aider aux niveaux personnes, formations on en trouve. Je veux dire au niveau... ils sont disponibles et Marie ou d'autres que ce soit donc la fédération des gîtes de Wallonie, même au CGT parfois je retournais poser mes questions là ou Clé Verte ou WDQ franchement ils sont accessibles et ils veulent aider. Même à la maison du tourisme franchement ils veulent aider, et pour peu que ça se fasse dans un esprit constructif de la part de la personne demandeuse. On reçoit les informations. Au niveau financier effectivement y'a quand même des petites choses à modifier. C'est vrai que changer toutes les lampes en LED bon c'est pas que ce soit si cher mais quelqu'un qui a plusieurs gîtes et qui du jour au lendemain doit tout changer effectivement peut-être qu'il va le faire progressivement. Mais ça c'est prévu aussi hein on doit tendre vers un pourcentage 100% de LED par exemple. Mais on a le temps pour le faire. Mais quelqu'un qui effectivement voudrait mettre des panneaux solaires bah voilà c'est quand même vite 10000€. Donc, je dirais que c'est des freins financiers, des freins de temps et d'investissement parce que c'est vrai que pour réussir tous les critères obligatoires parfois on s'arrache un peu les cheveux. Oui comme le débit-là c'était une bêtise mais ça a duré un an et demi. Et c'est donc avec la moyenne de tous mes éviers on y arrivait mais sinon ça aurait pu être non quoi vous voyez. C'était vraiment dommage parce que la volonté y était, les installations étaient nouvelles et on n'arrivait pas à trouver une solution. Puis quand j'ai un peu creusé demandé à d'autres etc. il y avait pas mal de gens qui avaient des soucis avec ces critères-là voilà.

Alors quelles sont les difficultés que vous rencontrez aujourd'hui ?

Avoir un site web le mieux possible, pour moi c'est difficile euh parce que je ne suis pas très électro enfin dans la technologie et cetera. Mais bon c'est une évolution et c'est d'arriver à quelque chose de mieux. Euh qu'est-ce qui est difficile... ce qui est difficile c'est de devoir répondre non quand les gens rappellent et que j'ai pas de place effectivement euh ça pour moi c'est un souci parce que je peux pas donc je renvoie à aussi de destination belles choses comme ça est ce que j'ai vraiment des difficultés... Ma difficulté principale c'est d'être sûr d'être disponible au moment où quelqu'un m'appelle ou au moment où y'a un soucis ou quoi c'est plus ça. Mais ça c'est dans la vie en général que ce soit le gîte, la maison. On a 3 aïeux dont on s'occupe, 3 enfants dans le médical et donc euh voilà c'est plus à ce niveau-là, de rester disponible pour tout le monde et surtout quand il y a un souci mais bon ça c'est pas par rapport au gîte uniquement. Par rapport au gîte uniquement bah la gestion de... comme c'est moi qui m'occupe de tout la gestion de réservation euh être sûr de ce que les gens ont réservé est bien réservé le bon moment, la bonne année, le bon mois, que ce soit bien compatible, qui est pas des réservations qui se chevauchent, des choses comme ça. Mais bon ça c'est un souci que

j'ai et je n'ai eu aucun souci depuis la 6e année que j'y suis donc ça va. [...] Quand y'a quelqu'un dans le gîte j'ai toujours le téléphone allumé et si on n'est pas à la maison au moment-même, qu'il y ait quelqu'un qui puisse intervenir assez vite s'il y a quoi que ce soit. Mais ça c'est moi qui doit gérer avec mon ma personnalité et effectivement le fait d'avoir cette attitude facilite aussi la relation avec les gîteurs parce qu'ils voient bien qu'on fait tout pour qu'ils soient le mieux possible.

Et est ce que vous avez des difficultés au niveau des critères de la clé verte que vous essayez d'avoir en plus, de vous améliorer à certains niveaux ?

On peut toujours faire mieux. Par exemple lors de ma 4 ou 5e je ne sais plus quelle année effectivement on a réalisé que je n'avais pas de nichoirs. J'avais des mangeoires mais on avait pas de nichoirs. Et donc voilà j'ai résolu j'ai pris contact avec Lasne Nature et maintenant j'ai acheté 4 nichoirs. En plus c'est bien ça fait vivre l'association et on va les placer dans le jardin pour accueillir des petites mésanges (apparemment c'est des mésanges qu'on a par ici) et en fait c'est vrai que on a fait des travaux encore de de toiture et avec les panneaux solaires et cetera et du coup on avait quand même des oiseaux qui nichaient dans les toits, etc. et tout ça a été bouché. Et donc on a énormément d'oiseaux. ça vraiment on a une chance folle et beaucoup de coq faisans aussi. Donc on a une famille de coqs et de poules faisanes qui ont apparemment choisi notre jardin comme d'hébergement ou de nid j'en sais rien. Et donc on a beaucoup d'oiseaux et c'est vrai que je n'avais pas de nichoirs donc voilà mais c'est facile à y remédier. Qu'est-ce qui est plus difficile à y remédier, bah la dépendance au gaz euh c'est du gaz...malheureusement on a pas le gaz de ville ici on a quitté le mazout en se disant le gaz est mieux mais bon le gîte est tellement bien aménagé, tellement bien isolé qu'il n'a pas beaucoup de soucis de consommation vraiment. ça c'est fantastique. Notre maison c'est autre chose puisque c'est une ferme de de 300 ans, là y'a une ou 2 pièces où c'est vraiment très difficile de bien chauffer. Mais donc aussi non au niveau du gîte il est vraiment bien isolé à tout niveau donc il ne gaspille pas trop. Qu'est-ce qui est difficile au niveau clé verte ? mais non j'ai pas eu de soucis euh tout est passé en LED assez vite, je réfléchis ... bah tout ce qui est donc au niveau sociétal bah effectivement donc je m'investis quand même pas mal dans certaines choses, au niveau environnement là aussi la proposition d'aller plutôt vers les producteurs locaux et cetera tout ça est bien présent aussi et au niveau...quoi qu'est-ce que je pourrais améliorer j'ai pas en tête spécialement. Bah on peut toujours améliorer et donc c'est ça qui est bien aussi c'est des petites piqûres de rappel mais aussi des propositions nouvelles. Et à chaque fois qu'il y a une réunion, qu'il y a une rencontre avec une conseillère ou un petit atelier on apprend des choses et on se dit mais oui comment est-ce que j'ai pas pensé à ça plus tôt donc voilà. C'est vrai que je mets à disposition aussi une imprimante parce que je trouve que c'est important. Les gens n'ont pas d'office une imprimante soit je leur imprime mais j'avais une imprimante que j'ai mis chez eux mais c'est vrai qu'il y a la cartouche et il y a le papier mais bon. Je mets à disposition aussi des Kleenex alors c'est vrai est-ce qu'on doit quitter les Kleenex au profit de mouchoirs en tissu. Donc voilà les questions que je me pose pour l'instant c'est un peu bête. Mais alors il y a une autre question que je me pose c'est très bête aussi c'est savoir si je met à disposition des gens un distributeur de savon de douche (comme parfois il y a dans les hôtels) si j'en mets un ou pas. Donc ça c'est des petites questions que je me pose mais c'est du détail voilà. Sinon au

niveau papier toilette etc. tout ça j achète des choses qu'il faut au niveau environnemental. Qu'est-ce que je peux améliorer... on était très contente d'avoir enfin pu mettre des panneaux solaires, on a de l'eau de pluie, on incite à boire l'eau du robinet, de pas gaspiller trop niveau chauffage mais ça le gîte est bon. Oh il y a encore certainement pleins de choses à améliorer mais voilà je ne pense pas à certaines choses précises pour l'instant.

Et donc vous êtes en règle sur tous les critères pour votre audit de cette année ou l'année prochaine que vous aurez ?

Oui je crois hein. Je l'ai eu y'a pas longtemps mais attendez je peux aller voir. Voilà je l'ai noté, la dame est venue le 2 décembre 2020. Je vais vous dire elle m'a fait 4 remarques : nichoirs dans le jardin, mettre sur le site les différentes modalités d'arrivée en transport public (mais ça je l'avais fait en fait non je l'ai peut-être pas mis sur le site mais j'ai un classeur j'ai une grande bibliothèque à l'entrée du site du gîte où il y a plein de cartes, il y a tous les Tintin par exemple puisqu'on a quand même le musée Hergé et cetera. Il y a des livres, des cartes, y'a beaucoup de documentations sur Waterloo et alors il y a des fardes avec des photos à l'appui des 2 arrêts de bus qu'il y a ici tout près dans la rue où il met les trajets et cetera. J'ai remis à jour mais bon toute façon il y a une adresse mail aussi où ils peuvent voir et sinon l'application du Tec et cetera) mais donc je n'ai pas mis sur le site les modalités d'arrivée au niveau transport public donc c'était la 2e remarque ; euh dans ma farde, de déchets etc. parce que j'ai toute une farde aussi sur comment mieux réagir face à l'environnement et cetera euh la conseillère m'a dit que je n'avais pas d'info (même si je l'appliquait dans le gîte) mais je n'avais pas d'info alimentaire au niveau des déchets, je n'avais pas de support papier expliquant les déchets et cetera. J'avais le gaspillage de l'eau et cetera. J'avais plein de choses mais pas sur les déchets. Et alors la 4e chose c'est être sûr que j'utilise... (pour mes feuilles) j'ai des papiers qui sont trop blanches. Mais voilà c'est vrai que c'est embêtant mais c'est une imprimante familiale et c'est vrai que les enfants... j'ai le papier qui est bien sûr FSC et cetera ecolabel mais je ne prends pas autre que blanc parce que j'ai encore 3 enfants aux études qui sortent des documents donc si je dois quand même chaque fois sortir et mettre une autre...pour l'instant c'est pas possible. Donc voilà c'est les quatre petites choses qu'on m'a faite comme remarques. Donc voilà, je pense que ce ne sont pas des choses qui sont obligatoires. Et donc j'ai bien eu Clé verte 2022. En fait c'est bien de... en fait c'est mon deuxième control. Mon premier contrôle je l'ai eu quand j'ai commencé (je sais plus quand c'est, il y a longtemps, il y a déjà bien 5 ans). Donc là effectivement la première fois on est un peu stressé, on ne sait pas très bien etc. Et la fois suivant bah c'était vraiment plutôt de l'ordre du conseil moi c'est comme ça que je le vois et l'occasion aussi de remettre à jour nos fardes parce que c'est vrai que j'avais déjà le transport, j'avais ci j'avais ça mais ça datait de 2016 donc c'était ancien, c'était il y a déjà 5 ans. C'est vrai que je n'ai pas eu de contrôle entre. C'est vrai que j'ai changé des choses au niveau développement local et cetera. J'avais mis déjà plein de choses mais ça m'a permis de revoir mes fardes donc quand on a des réunions, quand on a voilà des... c'est des petites piqûres de rappel et on se dit ah tiens c'est vrai où j'en suis maintenant par rapport à ça et donc on se remet en question quoi.

Et pour quelles raisons avez-vous décidé d'obtenir le label Clé Verte ?

Parce que ça me correspond et c'est ce qu'on veut. C'est ce qu'on veut dans...c'est nous, ça a du sens, ça a du sens dans notre vie et dans notre façon de voir la vie. On a la chance d'avoir des enfants écolos aussi qui font vraiment attention euh c'est vrai qu' en plus enfin je sais pas si vous connaissez un peu l'Asie mais à Hong Kong par exemple c'est vraiment effrayant de voir la quantité de déchets qu'il y a encore plus qu'ici. Alors soit disant on recycle, il y en a qui mettent tout dans les mêmes camions et on a été visiter avec l'association Hong Kong accueil le centre de déchets de Hong Kong qui se trouve tout près de l'ancien aéroport qui se trouvait dans la partie nord d'un Terminator. Et il y a là-bas à l'équivalent de je ne sais combien de terrain de foot où on enfuit les déchets et là vous retrouver tout ce qui est plastique etc alors que soit disant c'est recyclé. Donc voilà chez nous aussi il y a beaucoup de progrès à faire mais c'est vrai que là c'était visible quoi on voyait vraiment...c'est vrai que je chez nous on a des incinérateurs je ne sais pas si c'est lié non plus et un peu de tout. A Hong Kong ce qui est bien par contre c'est qu'il y a tout un réseau (enfin c'est triste et en même temps c'est bien) il y a tout un réseau de personnes plus âgées souvent qu'on voit même dans le centre-ville avec des charrettes qui récupère les vieux papiers qui récupère le verre donc ça, ça a de la valeur il le font. Euh mais c'était vraiment effrayant de voir les déchets qu'il y avait. Et c'est vrai que on a toujours été sensible à ça mais nos enfants l'ont été encore de plus près avec cette vie aussi où on fait attention un peu à rien et tout est dû. Cette vie d'expatriés dans le mauvais sens du terme parfois mais il y a vraiment beaucoup d'accès et c'est interpellant quoi. Voilà donc Clé Verte et bah ça nous correspond. C'est ce qu'on fait chez nous et c'est comme ça qu'on est donc comme je vous ai dit l'hébergement doit être enfin pour moi doit être à notre image. C'est comme les meubles qu'on a mis par exemple... Euh je crois pas qu'on ait des meuble Ikea si dans la chambre des enfants y'a des meubles Ikea qui ont été récupéré de ma fille aînée donc ils datent des années nonante. Mais sinon euh c'est tous des objets enfin le sofa, la literie, tout ça c'est nouveau mais sinon les autres objets c'est des objets à nous. C'est des objets de famille ou qui étaient chez nous ou qu'on a récupéré mais qui ont du sens quoi quelque part. Il y a du bio je sais pas si vous avez vu sur les photos mais il y a le bio qui est la table de découpe de la boucherie du grand-père de mon mari par exemple, des chose comme ça. Donc c'est des choses qui nous parlent et des objets auxquels on tient. Et ça c'est une question que j'avais départ aussi mais en fait malgré les 6 ans d'activité les gens respectent très bien et ils sont heureux de voir des objets et se sentent bien aussi dans cet environnement parce que les objets ont vécu. Ils ne sont pas nouveaux tout beaux. Voilà ils sont en bois c'est des belles matières et c'est chaleureux. Et voilà donc c'est un peu à notre image quoi. Donc c'est comme Clé Verte voilà on essaye de faire le mieux possible par rapport à ce auquel on croit.

Et quels sont les avantages que ce label vous rapporte ?

Bah une satisfaction personnelle, de se sentir bien et de voir que les gens se sentent bien. C'est contaminant voilà. Quelque part c'est...quelque chose qui nous correspond finalement, qui nous plaît quoi. C'est vrai que... bon en fait c'est ça ceux qui sont sensibles ils vont apprécier et ceux qui sont pas sensibles ils n'apprécient pas mais ils vont apprécier le séjour et voilà ils vont pas se poser plus de questions. Il y a des gens qui font pas le compost mais il n'y a aucun problème je ne vais pas commencer à leur tirer les oreilles parce qu'ils font pas le compost ils font ce qu'ils veulent. Mais je leur dis que y'a tout ce qu'il faut pour et que je le fais si voilà ils

ne le font pas je le ferai. Je trouve qu'il faut respecter aussi les gens. Alors c'est pas parce qu'on est d'une certaine manière qu'on doit penser que c'est le mieux au monde. On doit faire par rapport à ce en quoi on croit et finalement au bout du compte qu'est-ce qui compte bah dans la vie c'est de pouvoir se regarder dans un miroir et dire ça va aller j'arrive à faire plus ou moins quelque chose dont je suis content et avoir une certaine satisfaction bon j'aime pas ce mot là mais un certain contentement de ce qu'on fait et de l'entourage et du but qu'on donne dans la vie. C'est un peu ça qu'est ce qui compte. On en revient à ça hein.

Pensez-vous que c'est un avantage d'intégrer le développement durable dans son activité touristique ?

Est-ce que les gens viennent chez moi pour ça ? non ça je crois pas. Je suis même certaine que les gens (comme je disais tout à l'heure) les gens qui ne sont pas sensibles ne savent même pas que je suis Clé Verte même si je l'ai mis devant la porte et tout, j'ai des panneaux dans chaque pièce que j'avais mis au point avec Marie d'ailleurs au tout début mais les gens lisent pas. C'est vrai que... il y a 4,5 du coup puisqu'il y a WDQ etc. y a gîte, y a chambres d'hôtes, y a des panneaux avec les infos enfin avec le numéro de téléphone et l'intitulé du gîte. Mais alors je crois pas que ça me rapporte des choses. Je pense pas que les gens viennent pour ça. J'espère qu'il y en a qui viennent pour ça mais en tout cas même ceux qui quelque part les gens qui ne sont pas venu pour ça ont été un peu alerté par le concept ou le fait qu'il y a moyen de faire des choses en essayant de faire le mieux possible tant mieux. La contagion voilà c'est ça le mot que je cherchais tout à l'heure si ça a une forme de contagiosité bah tant mieux. Mais je ne crois pas que ça aide vraiment...quoique on a l'air de dire quand même quand on suit les ateliers et tout ça que les gens font de plus en plus attention. Tant mieux que ça aille dans ce sens là que quelque part on revient à l'idée de voyager moins loin, moins cher, fin moins cher c'est une chose mais de prendre peut-être moins l'avion et au lieu de faire un trek au Népal bah de faire une très chouette randonnée dans la forêt de Soignes. Il faut pas toujours... je pense qu'on a été trop loin aussi dans le fait de vouloir découvrir le bout du monde et de ne pas bien connaître ici autour de nous et tout l'apport que ça peut avoir au niveau humain, au niveau sociétal, d'avoir une sorte de prise de conscience qui rappelle aussi qu' au fond ici en Belgique on a vraiment beaucoup de chance sous bon nombre d'aspects même si y'a des choses qui peuvent être améliorées et qu' en tout cas au niveau touristique on a énormément d'atouts et que tout le monde a à y gagner à mieux connaître la Belgique, l'histoire, la gastronomie tout ce qui se fait ici, tous les jeunes qui se lancent dans des nouveaux projets et cetera des projets sociétaux voilà. Il y a vraiment de quoi se lancer en Belgique et qu'on remette un peu...qu'on garde l'ouverture d'esprit bien sûr mais qu'on se reconcentre un peu sur ici et maintenant et les gens autour de nous. Si au moins cette foutu pandémie peut aider à quelque chose, j'espère que ce sera ça. Est-ce que c'est un atout ? moi je trouve que oui à tout point de vue. Est-ce que c'est pour ça que les gens viennent chez moi je pense certains et d'autres non. Mais j'espère que c'est un peu contagieux.

D'accord et votre démarche responsable est-elle un point que vous mettez en avant vis-à-vis de vos gîteurs ?

Bah ils le voient. Ils le voient dans la documentation qu'il y a voilà j'essaie d'informer. Pour ceux qui veulent ils peuvent chercher et avoir des infos et à ce moment-là effectivement ils voient dans mon action que j'étais bénévole chez Oxfam aussi et cetera. Ils voient que voilà on a une attitude comme ça. Mais je pense que dès qu'on discute un peu avec les gens on sent vite la manière dont ils sont et ben je pense que c'est ma façon d'être. Voilà je suis proche des gens et empathique et à vouloir aider et du coup... voilà je dis moi mais c'est ma famille aussi quand ils ont affaire à mes enfants c'est la même chose quelque part. S'il y a un soucis et que je ne suis pas là mes enfants vont prendre le relais ou mon mari. Et donc quelque part ils sentent qu'ils sont importants, que c'est des gens à qui on fait attention que ce soit des gîteurs ou pas. Donc oui je pense qu'ils voient qu'on a une attitude responsable et humaine et sociétale durable j'espère dans ce sens là. Je parle dans la physique quand les gens viennent. Je parle de Clé Verte et du compost etc. Oui je mets en avant ça et que pour les courses voilà on vous suggère enfin sachez qu'il y a pas mal d'initiatives locales, de producteurs locaux, et cetera. Voilà tout se trouve dans la farde là ou je cite, s'ils posent des questions mais je montre directement des cartes de visite etc. Euh pour les déplacements je montre les cartes qui a pour les balades et cetera. Donc c'est-à-dire que je présente (c'est un peu comme une assiette quoi) je présente un peu la manière dont on est et les gens vont dire ah bah tiens, ils vont poser des questions par rapport à certaines choses auxquelles ils sont plus mais je veux dire j'arrive pas non plus en disant voilà et je suis si je suis ça non voilà ça se fait comme ça naturellement je dit au cours de la discussion. Et à l'entrée aussi il y a un certain nombre de labels WDQ euh la Clé Verte et cetera. Et donc quelque part j'en parle aussi facilement ou les gîtes solidaires aussi j'ai mis de la documentation là-dessus. Voilà je pense que dans ma manière d'être les gens le voient très vite ou dans ma manière de présenter l'hébergement.

Et sur votre site et votre page Facebook c'est quelque chose que vous mettez en avant ?

ça c'est contesté ou pas. Alors je n'ai pas encore de page d'accueil, elle va être mis sur le site bientôt avec toute les descriptions, tarifs et cetera. Et donc là on voit qu'il y a toute une kyrielle de labels. Alors effectivement c'est pas pour ça que les gens connaissent. Je crois que j'en ai mis un petit mot mais pas bien. Donc oui ça c'est des choses que je dois mieux présenter au niveau Facebook ou le site mais je crois que c'est dans...on a plus travailler depuis ce covid là on a plus travailler dessus depuis quelques mois mais donc je retourne demain matin avec ma cousine et il y a un certain nombre de choses que je voudrais améliorer par rapport au site. Oui et renvoyez aussi à des informations que les gens qui aillent sur le site puisse effectivement voir tout de suite en quoi ça consiste et ce qu'il y a comme dynamique derrière. Et le fait que ce soit un label international je trouve que c'est vraiment intéressant aussi parce que ça permet de voir comme je disais les expériences réussies un peu partout donc...mais c'est vrai qu'au niveau du site je dois améliorer ça comme plein de choses parce que voilà je ne suis pas très bien... et puis je ne ferai pas une newsletter avec voilà il y en a qui le font très bien et je le lis avec plaisir mais ça ne me correspond pas. Et je ne fait pas la course aux commentaires ni tout ça je suis pas là- dedans et j'ai pas envie. Par contre effectivement s'il y a des commentaires que soit positif ou négatif j'y répond mais voilà je ne suis pas là-dedans. Et les gens qui viennent ben en général et la plupart du temps ça se passe vraiment bien. Ils reviennent. Mais voilà je n'essaie pas de me mettre trop en avant non plus par rapport à tout ça

mais par rapport aux choses auxquelles on croit oui. Et donc ça il y aura effectivement aussi une rubrique qui sera plus positionner par rapport à Clé Verte ou l'investissement dans le village et cetera. Ah oui j'ai oublié de dire je fais partie du Cercle des Amis de Placenoit. C'est une association comme le titre le mentionne de Placenois donc des gens du coin et on organise...(j'en fais partie depuis 3 ans maintenant) et on organise 4 activités par an, une par trimestre, que ce soit musical que ce soit artistique... Le gîte a déjà permis d'accueillir des personnes qui ont une sorte de parcours artistique, de choses comme ça. Il y a un verre d'accueil aussi chaque année quand on peut pour accueillir les nouveaux arrivants. Et il y a aussi souvent une soirée à thème que ce soit l'œnologie ou l'environnement des choses comme ça. Donc on fait venir une personne, etc. Et donc ça c'est aussi quelque chose que je mentionne dans la documentation que je mets à disposition des personnes à l'entrée. Et volontiers quand il y a un événement par exemple qui se passe et bien j'en parle euh voilà. Donc à ce niveau-là oui c'est aussi un investissement au niveau local bien sûr d'accord.

Quel conseil pourriez-vous donner à des professionnels du tourisme traditionnel qui souhaitent s'engager dans la voie du développement durable ?

Bah il faut qu'ils y croient hein. Je veux dire il faut qu'ils aient envie de le faire. Des conseils...bah se faire aider parce que c'est vrai qu'on a les critères mais il y a aussi la manière d'y arriver de voilà. Donc ceux qui ont l'énergie, l'investissement financier ou en temps de le faire. Il y en a qui s'en sortent très bien tout seuls et d'autre. Et que tout ce qui est fait bon c'est vraiment dans la vie c'est ça c'est un perpétuel changement et à tout moment on peut améliorer et on évolue et tant mieux. Et j'espère dans un bon sens avec l'expérience avec tout ce qui est amené aussi par la technologie. La technologie amène plein de choses aussi. Et au niveau durable aussi hein. Donc que leur conseiller ? bah avec ma personnalité moi j'ai besoin de sentir que je vais dans le bon sens et être régulier quelque part. Donc moi j'aime bien avoir un vis-à-vis, j'aime bien rentrer dans une organisation qui cadre, par rapport auquel je peux me situer, me mettre aussi sous les yeux des critères ou de choses auxquels j'aurais pas pensé. C'est vrai qu'y a chaque année des choses chaque fois qu'on a l'occasion de discuter de ça il y a des choses qui me viennent à l'esprit en me disant ah bah oui tiens c'est vrai il y a ça, il y a, ça c'est important, ça je trouve ça important, ça peut être moins bien, placer mes priorités aussi par rapport à ce qu'on peut faire, ce qu'on veut et ce qu'on voudrait, mais ça dépend de la personnalité des gens. Mais se faire aider, se faire encadrer entre guillemets parce que ça aide bien à... enfin moi personnellement. Il y en a plein qui n'ont pas besoin de ça hein qui sont autodidactes et qui cherche et qui surtout n'aime pas trop avoir des conseils etc. Moi je suis plutôt petite abeille dans une équipe donc j'aime bien avoir des infos et éventuellement donner voilà c'est constructif et on construit le nid d'abeille ensemble. La ruche c'est mieux ! On construit la ruche ensemble. D'ailleurs il y a aussi l'association 'La ruche qui dit oui'. Maintenant que je suis à la WooCoop j'en fais plus partie mais c'était...vous connaissez La ruche qui dit oui ? c'était un groupe commerciale français au départ mais c'est très actif au niveau Belgique. Bah ça au niveau durable c'est important aussi. C'est une association qui permet à des producteurs de mettre les produits qui veulent en ligne sous leur appellation 'la ruche qui dit oui' et donc on est membres, c'est gratuit, et donc vous pouvez faire chaque semaine ou à chaque moment on vous annonce quand est la vente. C'est en direct dans un local

alors normalement il y a les producteurs qui viennent et qui vous apporte main à main votre commande faite au préalable sur ordinateur. Et avec le covid ou quoi bah c'est des paniers que vous allez rechercher. Mais donc l'idée c'est que effectivement il y a des producteurs qui se font connaître souvent des producteurs de la région et euh exceptionnellement c'est parfois des produits comme les agrumes qui viennent d'Espagne ou quoi mais normalement il y a un label bio et cetera sociétal et tout qui est bien renseigné. Et ça vient plutôt en train que en avion ou en camion mais bon voilà il y a toutes des réglementations. Mais voilà 'La ruche qui dit oui' c'est quelque chose qui est pas mal aussi. Et donc par exemple quand on a commencé en 2015 en juin, en novembre j'ai eu l'émission 'Les ambassadeurs' qui sont venus. C'est important aussi comme petite comme nouvelle émission c'est une émission Guy Lemaire avec Armelle et un chef-coq je crois que c'est Jean-Philippe Watteyne. L'idée c'est que il font venir 2 personnes dans un hébergement en Wallonie et ils font connaître la région alors au niveau historique, au niveau activité culturelle et autres et au niveau gastronomique. Et l'idée c'est que le chef achète des produits locaux et les cuisine dans le gîte. Et les 2 personnes qui sont prises d'une autre région et qui ne connaissait pas le région en question sont là comme un peu témoins etc. c'est l'occasion de mettre en valeur. Donc ça 'Les ambassadeurs' ça vaut la peine. C'est une émission aussi euh qui est assez chouette et qui permet de découvrir de petites choses comme ça. Et donc moi j'ai eu cette équipe en 2015. J'ai quelques photos sur le site. A ce moment là aussi j'ai mis en avant 'La ruche qui dit oui' parce que les légumes étaient venues... j'ai mis un panier qui venait de là et donc j'en ai parlé en tout cas sur le site. Je pense qu'ils l'ont mentionné au niveau de la préparation. Je pense que l'émission est encore visible c'était novembre 2015 Lasne au-delà des clichés c'était parce que Lasne est fiché comme une commune un peu snob etc. ce qui est vrai pour certains côtés mais en tout cas Plancenoit est un des villages qui ne l'est pas du tout avec de vieilles habitations etc. donc c'est tout à fait une autre population qui est par ici. Mais donc voilà c'était intéressant d'avoir pu bénéficier de cette ouverture sur le monde médiatique parce que c'est vrai que... au niveau du référencement aussi ça permet d'avoir...

C'est eux qui vous ont contacté ?

Oui ils cherchaient un hébergement justement qui était euh (y'en a pas beaucoup dans le coin) mais qui étaient représentatifs. Et comme c'est une vieille ferme de 1721 c'est vrai que elle est assez représentative des environs, qu'elle se trouvait à côté du champ de bataille et cetera. Donc c'était assez intéressant pour eux. C'est eux qui m'ont proposé oui. C'est pas moi qui ait été les chercher. Voilà donc ça c'était intéressant aussi comme visibilité mais la question au départ c'était quoi ?

Quel conseil pourriez-vous donner à des professionnels du tourisme traditionnel qui souhaitent s'engager dans la voie du développement durable ?

Voilà c'est ça moi je suis plutôt pour me faire encadrer, essayer d'améliorer en groupe fin en groupe pour avoir des bonnes expériences et voilà. Et savoir comment avancer, d'avoir une sorte de feuille de route, en disant ah tiens qu'est-ce que je peux... où se situer un peu dans tous les domaines, c'est aussi penser à des domaines qu'on penserait pas parce que on ne sait pas penser à tout. Et c'est ça l'avantage d'être à plusieurs, c'est qu'on a une meilleure vue des choses

et qu'on peut aller plus loin. Donc moi c'est se faire aider s'ils ont envie. Mais il faut qu'ils aient envie de le faire. Il faut pas qu'ils se disent moi je fais ça pour l'argent ça a pas de sens enfin s'ils le croient pourquoi pas. De toute façon tous ceux qui le font c'est bien tant mieux mais je veux dire quelque part ça doit leur correspondre, ça doit avoir une résonance chez eux, avoir envie d'investir en temps et financièrement. Et moi le conseil que je donnerais c'est de se faire encadrer mais ça c'est personnel parce que je suis ce type de personne-là mais voilà.

D'accord quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du Tourisme de la Province du Brabant wallon pour améliorer le tourisme durable ?

Dans la maison du tourisme mais j'ai participé aux 5 ateliers organisé oui. Mais je crois qu'ils sont en train de le faire hein. Tout ce qu'ils font pour l'instant avec le... ils sont très dynamiques hein la nouvelle mouture là que ce soit aux trois niveaux : au niveau économique alors là vous pouvez leur dire un grand bravo pour l'action 1+1 franchement c'est vraiment bien. Je trouve qu'elle n'est pas assez connue, je leur ai dit c'est pas connu. Je l'ai mis dans mon gîte pourtant et cetera mais je suis un peu embêté aussi parce que je mets l'action et finalement je suis pris jusque mars là maintenant mais donc j'ai mis l'action j'ai dit désolé mon hébergement est occupé mais sachez qu'il y a toute une liste d'hébergements dans le Brabant wallon qui font partie du programme et qui vous permettent de bénéficier de la promotion. Vous connaissez hein l'action une nuit achetée, une nuit offerte. Et donc ça au niveau économique chapeau. Au niveau environnemental euh bah disons quand même ils ont ouverts pas mal de balades en vélo et à pied. Donc moi je mets ça là-dessus. Je ne sais pas s'ils sont actifs pour la promotion de la Clé Verte. Je crois que c'est pas vraiment leur rôle non plus hein. Je ne sais pas très bien ce qu'ils font à ce niveau-là. J'ai pas vraiment creusé. Et au niveau social ou sociétal euh il faut voir jusqu'où ça va au niveau solidarité et cetera mais si c'est solidarité avec les produits locaux et cetera, la gastronomie et cetera, les petits producteurs là ils sont super actif quoi. Et donc je ne sais pas très bien dire comme ça j'ai pas de réponse précise si ce n'est qu'ils sont dans une logique aussi une démarche d'amélioration à tout niveau et qu'ils sont vraiment bien dynamiques et que là aussi on a une écoute dès qu'on a un souci ou dès qu'on a une idée ou n'importe une question ils sont présents quoi. Donc je sais pas dire plus pour l'instant que ça va dans le bon sens. Mais on est en train d'y travailler et donc voilà je ne sais pas bien quoi dire plus... Ah oui j'avais émis comme idée aussi qu'ils ont repris je pense c'était d'avoir une carte vraiment globale de tout ce qui a comme hébergements et comme lieux d'activité mais que ce soit une carte physique ou bien sur internet et qu'on puisse facilement pointer tac tac tac. Mais bon voilà c'est en cours. C'est comme toute la problématique au niveau du travail de mémoire avec Waterloo que Waterloo prend un peu trop de place par rapport aux autres lieux de batailles et qu'il y aurait moyen de faire des petit pass qui permettrait de passer de l'un à l'autre ou des choses comme ça pour aussi faire comme ils disent faire du Brabant wallon une destination et pas un lieu de passage c'est un peu ça leur leitmotiv. Et donc favoriser effectivement le transport en petit bus ou quoi d'un côté à l'autre, qu'il y ait une prise en charge au niveau guide etc. Tout ça bah c'est des choses auxquels ils ont pensé ou en tout cas dont on a discuté pendant les ateliers. Et voilà c'est en cours d'élaboration. Je n'ai pas encore vu leur brochure papier. Je l'ai vu sur internet et cetera donc c'est vrai que y'a pas mal de choses et ça va dans le bon sens. Alors slow tourisme donc si je reviens à slow tourisme ben oui ben c'est vers ça qu'ils vont.

Donc revenir à...proximité avec tout ce qui a comme pépites ou comme choses à découvrir, à connaître dans les environs que ce soit au niveau touristique, attractif à tout niveau alimentaire, et cetera, voyage ben oui donc oui ils sont dedans. Ils sont dans le slow tourisme. Ils promeuvent le terroir et voilà dans ce sens là ça va dans l'idée du développement durable ou slow tourisme, tourisme durable oui.

D'accord et pour finir comment voyez-vous l'avenir du tourisme durable ?

Bah j'espère qu'il prendra de plus en plus de place. J'ai l'impression que...j'ose espérer qu'il y avait déjà un mouvement de toute façon. C'est vrai que les jeunes ont tendance à être un peu plus écolo que la génération des années 50, 60. Ils sont confrontés de tout façon à des problèmes environnementaux tellement plus...c'est à dire que les problèmes deviennent plus criants et plus visibles. Et donc je pense que les jeunes ont une attitude un peu différente de nous ou en tout cas des générations avant eux. Je pense aussi qu' au niveau des moyens financiers au niveau économique... l'évolution de la situation économique n'est quand même pas évidente et qu'il y a quand même pas mal de gens qui ne vont plus avoir un travail fixe bien rémunéré toute leur vie. Cela fait déjà quelques années que c'est comme ça. Peut-être qu'ils ne le cherchent pas non plus. J'ai l'impression que les jeunes sont plus flexibles entre guillemets à plusieurs niveaux, que ce n'est parfois plus possible de vivre dans un seul endroit. Donc peut-être que les logements vont être plus petit ou en collocation et que du coup une grande partie sera prise par l'habitation principale. Mais que les possibilités de sortir un peu de chez soi qui serait peut-être plus petits lieux et cetera qui leur permettrait de venir comme ce qu'il se passe un peu maintenant avec le covid découvrir des régions comme on veut. Mais où commence vraiment le touriste ? Est-ce qu'on est un touriste quand on vient de 5 kilomètres? Là j'ai pour l'instant des belges qui viennent de Bruxelles. Ils habitent à 10 kilomètres aller 15,20 kilomètres d'ici et ils sont venus passer une semaine pour souffler. Ils ont laissé deux enfants à Bruxelles pour qu'ils soient un peu sans eux et un enfant ici avec eux et ils découvrent la région. Et du coup ils ont envie de changer de vie. Ils laisseraient les enfants qui sont aux études en collocation là-bas et ils viendraient vivre par ici. Donc je veux dire voilà où s'arrête le tourisme et commence la vie de tous les jours parce qu'ici cette expérience-là est assez intéressante. Ils ont eu l'occasion...cette pandémie qui leur a... Ils sont au départ italien même s'ils ont toujours vécu en Belgique. Je les cite parce que je trouve que c'est un exemple assez représentatif de ce qu'on est en train de vivre pour l'instant. Ils n'ont pas pu retourner en Italie depuis 2 ans et ils se sont dit mais on va quand même changer d'endroit parce qu'on est dans un petit appart confortable mais en pleine ville. Et ils ont commencé à découvrir les coins et donc ici c'est le...ils ont été passés 4,5 c'est leur 5e hébergement qu'ils font depuis 2 ans d'une semaine à parfois un mois. Et pour s'oxygéner, sortir de chez eux. Ils sont en télétravail donc ils travaillent mais de l'endroit où ils se trouvent. Et donc quelque part c'est pas vraiment... est-ce que c'est du tourisme ? c'est un changement d'air. Oui bon c'est du tourisme mais quelque part cela va induire probablement un changement de vie. y'a des chances qu' ils viennent vivre en dehors de Bruxelles et que voilà ce qui était une destination touristique au départ devient alors un lieu de vie voilà. C'est pas les seuls que j'ai eu pendant le confinement et c'est vrai qu'avant jamais ils n'auraient pensé venir à 20 kilomètres de chez eux passer du temps jamais. Donc il y a eu un déclic quand même. Donc au niveau de l'avenir, la pandémie si elle a quelque chose de bien

c'est ça c'est que les gens hein se recentre un peu sur des valeurs plus essentielles et au niveau géographique aussi qui est bon pour la nature l'environnement donc pas gaspiller autant d'énergie à voyager en avion surtout mais voilà donc ça va dans un bon sens. Mais c'est pas pour ça que c'est fini et que les gens vont pas partir au bout du monde. Il y a l'autre extrême qui justement les gens ont été tellement privés que ça va exploser aussi. Il va y avoir des prix encore...il y a un problème aussi économique. Comment est-ce possible qu'on puisse aller en avion à des milliers de kilomètres d'ici pour un tarif qui serait même moindre que d'aller en train dans le pays-même. Il y a quelque chose qui au niveau économique n'est pas tenable. Donc tant que c'est comme ça. Alors c'est vrai que c'est bien que tout le monde ait l'occasion de pouvoir voyager et que ça ne soit pas qu'aux personnes plus nantis. ça effectivement c'est vraiment important mais il y a quelque chose qui ne tourne pas rond. C'est pas possible qu'on subventionne les compagnies aériennes qui font des prix vraiment en défiant toute concurrence mais qui ne vont pas dans le bon sens pour le développement durable ou une croissance économique sustainable. Donc il y a quand même beaucoup de choses qui ne vont pas tellement bien mais ça pour ça il faut le vouloir. Voilà et c'est facile de dire ça va évoluer comme ça mais en même temps on est quand même content aussi de pouvoir aller à un moment donné au bout de monde, rencontrer des gens ou visiter ou... C'est important aussi de pouvoir garder cette ouverture et de voir comment ça se passe ailleurs donc voilà c'est pas évident je trouve. Mais je pense qu'au niveau avenir c'est pour le tourisme d'après toutes les petites réunions que j'ai pu avoir et cetera y a un changement de mentalité chez les belges en tout cas (puisque c'est notre point de vue dont on parle ici) de venir voyager. J'ai quelques néerlandophones parce que je sais que y'a beaucoup de gens qui disent oh oui en Wallonie surtout y'en a plein, en Ardennes il y a beaucoup de flamands qui viennent. Chez moi j'en ai de temps en temps voilà. Est-ce que j'ai répondu ? un peu trop, ça va être difficile de faire le tri hein par après.

C'est pas grave. Merci beaucoup d'avoir participé ! C'était vraiment un plaisir.

[...] Mais voilà, fin je ne sais pas si je suis vraiment représentatifs hein par rapport à... Vous allez voir aussi que les hébergements sont très différents de l'endroit où on est et qu'ici j'ai finalement j'ai des touristes mais j'ai quand même beaucoup de gens qui viennent du coin vous voyez. Donc quelque part au niveau société et je parle pas précisément de la dernière expérience que je viens de vous donner là mes derniers gîteurs, je parle aussi des gens, là je vais avoir pendant de longues périodes des voisins qui refont toute leur maison. [...] Même si ça (et ça je suis un peu gêné parfois) ça correspond pas tout à fait à l'aspect touristique vous voyez mais c'est quand même quelque chose qui existe aussi. Alors c'est vrai aussi de nouveau je reviens je vais conclure avec ça c'est vrai qu'on pense pas le Brabant wallon comme destination touristique. On vient visiter et puis on repart. Et donc c'est ça que la maison du tourisme essaie un peu de changer je pense avec succès et en tout cas ça va dans le bon sens oui. Voilà.

Philippe Brawerman – Indrani Lodge

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Indrani Lodge c'est un projet d'hôtel. On dit qu'on est un endroit restauratif ou un projet restauratif. Donc euh, où on rentre mieux que quand on est arrivé, que ce soit pour la terre qui est mieux que quand nous on est arrivé, que ce soit pour les gens qui se sentent mieux dans leur rapport humain, dans le rapport aux uns aux autres que quand ils sont arrivés, que physiquement ils se sentent mieux que quand ils sont arrivés, donc ça va au-delà du soutenable. C'est un projet qui inclut aujourd'hui, on a 5 chambres d'hôtellerie et un petit restaurant de 16 places. Euh, c'est un projet qui inclut une extension avec 7 chambres de plus pour passer à 12, un restaurant qui passera à 40 couverts et 7 habitations qui seront intégrés dans une copropriété avec l'hôtel et qui sont toutes... le but, c'est d'être zéro carbone dans l'ensemble du truc.

Et donc est-ce que on peut catégoriser Indrani Lodge comme un hôtel ou c'est plus un bed & breakfast/chambres d'hôtes ?

C'est vraiment entre les 2. Euh légalement on deviendra un hôtel puisqu'en Wallonie un hôtel c'est n'importe quoi qui a plus que neuf chambres. D'un autre côté, le service qu'on offre, c'est vraiment un service très, très personnalisé. On veut que les gens se sentent comme à la maison, l'atmosphère... mais on fonctionne comme un hôtel, c'est-à-dire qu'on peut venir y loger et on peut venir y manger, on peut venir y loger ET manger et on peut venir y faire des activités.

Quels sont les critères que vous considérez pour choisir vos partenaires ? (Fournisseurs, associations, intercommunales, fédérations sectorielles, partenaires, sponsors).

Ok, alors tous nos fournisseurs c'est d'abord fin ça dépend pour quelle catégorie on parle. J'ai dit on a hôtellerie, on a restauration et on a la particularité d'avoir notre propre ferme qui fournit les éléments les plus difficiles à cultiver à notre restauration. Donc le but ici c'est d'avoir les éléments à forte valeur ajoutée qui viennent de notre ferme. Et si on a des éléments à acheter que nous ne fabriquons pas (on ne fait pas autre chose que des végétaux, on fera des œufs), on les achète à des fermiers bios de la région. Les critères de choix pour la partie fermière, donc alimentation c'est qu'ils doivent être tout près pour un circuit le plus court possible, ils doivent être bios mais pas nécessairement certifiés on s'en fout. Si on les voit travailler, si on les connaît, si on connaît leurs méthodes et qu'on voit qu'il n'y a pas d'intrants, euh donc c'est pas le papier qui nous intéresse mais plutôt l'humain. Il faut que les gens aient envie de travailler avec nous et nous qu'on ait envie de travailler avec des gens. Je vais donner un exemple, je vois que vous êtes asiatique, mon chef est noir/black, et bah il y a des gens qui ont pas envie de travailler avec des étrangers aussi absurde et scandaleux que ça puisse paraître. Ils font pas les suivis, ils rappellent pas quand vous appelez, etc. Mais on travaille pas avec eux non plus alors ça sert à rien. Donc on essaye de trouver cette intersection le plus court possible en circuit pour l'alimentation. Quand vous mangez chez nous, 85% de ce que vous mangez fait moins de 100 mètres et moins de 3h c'est à dire qu'il est cueilli à 9h du matin, il est dans l'assiette à midi, il est cueilli à 5h pour être dans l'assiette à 8h donc ça c'est les critères importants. Après pour les choses de l'hôtel, bah tout le matériel de l'hôtel est écolo c'est à dire on a bio depuis toujours (les savons, les cotons...). On fait toutes nos couvertures nous-mêmes avec le poil de nos alpagas. Donc on essaie d'être le plus auto producteur possible

et d'utiliser au mieux nos déchets (quand je dis déchets ça peut être aussi des oges qui ont 1000 ans et qu'on récupère mais de mieux réutiliser le plus possible. Quand on achète pour l'hôtel des choses qui ne sont pas des produits d'entretien (la déco), on n'est pas bigo c'est à dire je préfère avoir un projet éthique et contribuer autrement à mon carbone que d'être automatiquement avec le circuit le plus court, de se retrouver avec des gens qui font un mauvais travail qui ne le font pas éthiquement. Donc on a pris par exemple le parti-pris de prendre des jeunes designers européens pour nos meubles, de les acheminer en bateau lent. Et on a pris le parti pris également de travailler avec un atelier qui gère des fournisseurs éthiques enfin qui gère l'un des projets éthiques en Afrique du Sud (donc ma femme est sud-africaine) et qui réapprend aux gens dans les bidonvilles les compétences ancestrales en les payant convenablement. Et donc pareil on les fait venir ces meubles en bateau lent.

J'ai vu que vous aviez un appel de qualité Little Guest et ça consiste en quoi alors ?

Alors moi je ne connais pas particulièrement Little Guest. Ce sont des gens qui viennent avec des enfants et ils regardent si les lieux s'ils sont appropriés pour offrir un service de qualité à des familles qui viennent séjourner avec leurs enfants. Donc il faut pas que les adultes s'embêtent, il faut pas que les enfants s'embêtent, il faut pas que les adultes soient dans les pieds des enfants ou vice versa et que l'hôtellerie le service de disons de la partie hôtelière et de la partie restauration puisse s'accommoder à ça.

J'ai remarqué qu'Indrani Lodge n'est pas sur le site de Wallonie Belgique tourisme ni sur le site de la maison du tourisme du Brabant wallon. Est-ce que ça veut dire que vous ne vous êtes pas déclaré auprès du commissariat général au tourisme ?

Non ça veut dire qu'on a été déclaré... Alors ça fait partie de la stagnation administrative belge... si quelqu'un pouvait nous aider, je ne sais pas si vous avez encore des stages à faire ou pas ? non quel dommage mais si vous avez déjà en dessous de vous pour nous recommander des stagiaires qui sont bons. On est débordés et on est un jeune projet et la Belgique n'est pas le pays le plus facile administrativement donc il y a une stagnation administrative perpétuelle en Belgique. Ici ça fait partie de ça. On n'est pas sur le site du tourisme parce que comme on devient un hôtel, on a déjà certains documents de classification qui concerne l'hôtel et qui ne nous permettent pas de nous mettre sur des sites de gîtes. Et on n'est pas encore un hôtel, on ne peut pas encore avoir la classification parce que nos chambres ne sont pas encore établies et que le restaurant n'est pas encore ouvert 24h sur 7 et donc on peut être nulle part. Alors qu'on est probablement les plus chouettes endroits du Brabant wallon.

Quels sont les acteurs qui contribuent à produire des services offerts aux clients ?

Notre staff !

Il y a beaucoup de personnel ?

Non alors pour le moment on est 10. On devrait 18 fin d'année. Notre staff c'est vraiment le facteur qui rend le client satisfait. Mais alors il y a également nos fournisseurs. Donc on

travaille avec des gens qui font du yoga chez nous ben on fait une sélection. On cherche à avoir une équipe qu'elle soit interne ou externalisée. Les critères de qualité et les critères de comportement doivent être les mêmes c'est à dire qu'on s'attend à ce que les gens qui sont externalisés adhèrent au projet de la même manière que les employés et qu'on ne doit pas enforcer des clauses contractuelles pour qu'ils portent un masque, pour qu'ils respectent les clients, pour qu'ils disent bonjour, pour qu'ils rangent, pour que les trucs machins... Donc tout ça contribue bien entendu : nos profs de yoga, nos masseurs et le staff mais le staff en numéro un.

Alors pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Alors je vais prendre l'appellation durable que qui est la compréhension je dirais moyenne du personnage lambda dans la rue quoi. C'est quoi être durable, c'est à dire faire en sorte qu'il y ait une planète après nous et que ce qu'on consomme aujourd'hui et la manière dont on le fait ne parte pas à la poubelle ou à l'égout fin dans la consommation d'une mono utilisation sans aucun souci de comment s'est produit, comment c'est consommé, etc. Donc dans le durable, il y a l'idée de la soutenabilité de l'endroit, l'idée de l'énergie. Il y a beaucoup plus dans l'hôtellerie. Quand on dit hôtellerie durable, il faut que tout ce que l'hôtellerie utilise soit durable. Ça ne sert à rien d'avoir un hôtel soi-disant bio parce que son jardin est bio mais que l'air conditionné vienne de chez Engie, que les meubles viennent d'un atelier au Bangladesh où les gens sont sous payés, que les tissus viennent de Madagascar où ils sont encore moins payés qu'au Bangladesh et cetera quoi. Donc pour nous on a fait attention à cet aspect 360 degrés de c'est quoi être un hôtel durable. C'est être autonome quasi autonome en énergie au minimum, être complètement respectueuses de l'ethnicité et de l'origine des produits qu'on utilise pour tout que ce soit une table, que ce soit une chaise, que ce soit une lampe, que ce soit...tout. Ne pas mettre d'air conditionné dans les chambres. Si on l'a, autoproduire l'énergie pour le faire. Ne pas perdre de la chaleur dans les chambres même si on autoproduit c'est-à-dire récupérer l'eau chaude pour le mettre ailleurs si on a besoin. Enfin c'est tout ça. Et alors dans la nourriture bah c'est pareil ce n'est pas que être bio. Ça ne sert à rien d'être bio si on a un restaurant qui a l'air conditionné ou la cuisine, le lave-vaisselle est sur l'électricité ou le gaz vient par ...et cetera.

Qu'est-ce que signifie pour vous l'écotourisme et voyez-vous différence entre les 2 ?

L'écotourisme je pense que c'est une manière de marketer. L'hôtellerie durable est un petit segment de l'écotourisme. L'écotourisme englobe à mon avis à mon sens le mot tourisme c'est plus large qu'hôtellerie, restauration que... Vous m'avez posé la première question c'est quoi l'hôtellerie durable si je me souviens bien ?

Non c'était le tourisme durable en fait.

Ah le tourisme durable et l'éco tourisme... est-ce que c'est totalement synonyme ? bah dans le tourisme durable alors j'inclurait aussi (moi j'avais vu hôtellerie et restauration) non dans le tourisme durable c'est aussi avoir une voiture ben voilà, savoir que le bilan que l'on emploie

pour son activité touristique (qui est quand même un luxe le tourisme) c'est d'office un luxe. On est d'office dans ceux qui doivent faire attention. Si on divise la planète entre ceux qui ont besoin et ceux qui n'ont pas besoin, le tourisme sera toujours du côté de ceux qui n'ont vraiment pas besoin et qui peuvent donner. Et donc une chose à donner au minimum c'est de pouvoir donner l'attention au problème du réchauffement climatique et de ne pas causer de par son tourisme une aggravation de la situation donc il faut inclure là-dedans son mode de transport (dont on ne parle pas si on parle que de l'hôtellerie) et son mode d'entertainment. Pareil si on va dans un hôtel Guillaume et qu'on envoie les enfants à Walibi parc, on a consommé une tonne de carbone pendant son séjour.

Et donc est-ce qu'il y a une différence pour vous entre l'éco tourisme et tourisme durable ?

Il y en a certainement. Je ne suis pas sémantique ni linguiste mais si on dit moi est-ce que tu fais de l'écotourisme ou si je dis à quelqu'un... Euh je pense que les gens comprennent ça comme étant plus ou moins la même chose mais je peux me tromper. C'est vous l'experte. Les gens disent quoi ? pour moi c'est quasi synonyme. Si on me dit écotourisme, c'est une appellation marketing. Si on me dit tourisme durable, ça fait déjà plus pompeux, plus document officiel, plus communauté, Mais si le Brabant wallon faisait une pub en disant qu'ils favorisent l'écotourisme mais que dans le texte ils disent que c'est important pour le Brabant d'avoir des projets durables pour attirer une clientèle, c'est synonyme pour ne pas répéter. Non ?

Oui les gens pensent vraiment que c'est synonyme alors qu'il y a une vraie différence. L'écotourisme c'est vraiment sur l'écologie euh plus axé sur l'environnement et c'est vraiment une niche de touristes alors que le tourisme durable comprend toutes les formes de tourisme.

Oui c'est ça, d'accord. Mais quand on dit écotourisme c'est vrai qu'on ne se soucie pas de...c'est ce que je disais quoi. Il faudrait que l'écotourisme veuille dire également se soucier pas que d'être dans la nature et au vert mais aussi de l'air conditionné, du truc, du machin, du transport, de la construction, de qu'est-ce qu'on emploie comme matériau isolant, comme matériau qui a du plastique, qu'est-ce qui n'a pas de plastique, enfin tout ça quoi.

Oui on a plus tendance à pour l'écotourisme à avoir un hébergement très reculé dans la nature alors que le tourisme durable ça peut être aussi dans les milieux plus urbains, en villes.

Oui tout à fait. D'ailleurs il y a beaucoup de projets enfin dans le mot reculé dans la nature qui sont à l'opposé de l'écotourisme. Ici je connais quelqu'un qui est à 6 kilomètres. Il a transformé des prairies sauvages en gazons tout vert donc ce genre de truc de golf qu'ils aspergent tous les jours, toutes les fleurs ce sont des trucs de jardin de ville, on est à 30 kilomètres de Bruxelles il n'y a plus rien de péri rural dans son environnement. Il n'y a plus rien. Les vallons qu'ils ont mis dans son truc c'est caché parce qu'on n'a pas le droit de le faire mais ce n'est pas naturel. Il a creusé un étang. Et il y a une dame qui est venu dormir ici parce qu'elle avait justement été invité par ce monsieur et elle nous a dit 'c'est quand même beau la nature' (après avoir été visiter sa propriété). L'eau de son étang est filtrée au chlore, les vallons ne sont pas naturels et le gazon est projeté quoi.

Est-ce que le lodge a toujours été dans une lignée durable ou est-ce que cela a été développé plus tard ? Par durable, j'entends cette définition : « Le tourisme durable est un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil. » D'après la définition donnée par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT).

Alors moi j'ai acheté cet endroit en 1990. Et depuis que je suis rentré ici, il y a plus un gramme d'intrants chimiques dans la propriété qui fait environ 4 hectares. Donc au minimum en 1990, je pense qu'il n'y avait pas tout ce jargon durable, écologique, truc. On me prenait pour un fou quand je disais que je ne mettais pas de Roundup (un herbicide qui détruit les mauvaises herbes jusqu'aux racines) et que j'arrachais mes mauvaises herbes. Donc j'y habitais. Et puis je me suis mariée et mon ex-femme qui n'en a rien à faire des autres ni de l'environnement fin elle a à faire de l'environnement mais des autres, de l'intégration dans la communauté, du bon rapport avec le voisinage et cetera. Tout ça c'est non pour elle ça n'existe pas du moment qu'elle s'en sort et que c'est son projet. Donc il y a eu un très mauvais rapport ici. Elle et sa mère ont géré ça comme une salle de mariage, ont foutu un bordel invraisemblable, il y avait 200 voitures de parking dans un village de 40 habitants. Il y avait des fêtes jusque 5h du matin où les gens sortent comme s'ils avaient été avec beuverie parce qu'ils ne sont pas chez eux, gueulent, vomissent, font pipi, enfin c'était vraiment invraisemblable puis je suis revenu ici. En fait l'hôtel a commencé quand on a acheté la ferme d'en face pour la rénover et dès le départ de l'hôtel on a dit OK il n'y a pas d'intrants dans la propriété depuis 30 ans, si on doit avoir un restaurant, il doit venir d'une ferme qu'on gère nous, on va développer le potager. Donc je dirais oui dès la première minute où on s'est dit qu'on va accueillir plus de gens on a posé la question de durabilité (en tout cas moi il y a 5 ans, 6 ans depuis que je m'en occupe et que j'ai repris avec ma femme d'aujourd'hui). On s'est posé la question de l'énergie. On a fait la géothermie en premier lieu puis les panneaux solaires. Maintenant on va faire une centrale biomasse. On va offrir l'énergie au quartier donc là on peut dire quand même qu'on a changé le fusil d'épaule. On a créé une coopérative avec les habitants du quartier pour offrir notre effet de taille au bénéficiaire du quartier. Donc dans ce sens-là je dirais oui Indrani Lodge depuis que moi je suis là. Avant il y a eu un pré projet qui est autre chose. On ne va pas l'appeler même s'il a le même nom d'endroits et d'opération, ce n'était pas le même produit du tout. C'était une salle de mariage et de banquets qui faisait pas du tout attention à autre chose que faire le plus de profit possible.

Quelles sont vos motivations à inscrire le lodge dans une démarche de développement durable

C'est mon choix de vie. Si j'avais pu acheter des actions Microsoft ou des bitcoins et les coller au mur... C'est nettement plus de problème d'acheter une ferme et d'essayer d'en faire un endroit écologique et de... chacun de mes activités... Donc on est une ferme mais on n'a pas le droit d'être en fermier. On est un hôtel mais on n'a pas le droit d'être un hôtel. On est restaurant mais on n'est pas encore restaurant. Donc là la stagne administrative, elle est pour la ferme d'avoir toutes les réglementations de l'AFSCA (ce qui est normal bien entendu) mais aussi de tout ce qui est la partie fermière, on a 3 maraîchers et on nous demande les mêmes

genres de papier que si on fabriquait du blé chimique pour faire les biscuits Belin quoi. Donc les motivations, il faut vraiment être enfin on ne fait pas ce genre de projet pour devenir riche. On fait ce genre de projet pour perdre de l'argent et on ne veut pas en gagner. Et quand je dis pour perdre c'est à dire il y a un aspect transmissibilité dans une partie comme ceci puisqu'on possède nos bâtiments nous. Je sais qu'il y a moyen d'opérer dans l'hôtellerie en étant propriétaire ou en étant locataire de lieu. Regardez Hilton qui n'ont que des franchises alors que Sheraton possède leurs hôtels ou je ne sais pas lequel des 2. Oui je pense que c'est ça ou Intercontinental a des franchises. Nous on possède les lieux donc il y a un aspect transmissibilité donc taxes, ces trucs-là machin c'est vraiment une bêtise de faire ça si on est motivé par l'aspect financier. Donc ça c'est le conseil que je donnerai à tous les gens qui veulent faire ça (les petits entrepreneurs) c'est de ne pas le faire pour l'aspect financier. Par contre si on pense que c'est important ou que quelque part même si on ne doit pas gagner de l'argent et pas en perdre trop et qu'on peut se le permettre voilà la motivation elle vient de là. C'est que la planète devient une poubelle et qu'ici c'est le paradis. Je vais dans mon jardin tous les jours. Je fais 1h de désherbage. Je me promène dans un environnement où je vois des renards, des fouines, des belettes, des salamandres, des hiboux, des chouettes, des chauves-souris, des plantes rares qui vont toutes bien qui sont toutes naturelles. Je peux me promener dans le jardin prendre un truc le manger c'est extraordinaire.

Lorsque vous avez lancé le lodge dans une démarche de développement durable quels sont les obstacles freins que vous avez rencontré ?

Euh si on dit vraiment la définition durabilité dans le sens du tourisme tel que vous l'avez évoqué bah tout. C'est compliqué ici en plus parce qu'on est dans une zone classée. Donc en théorie quand on plante des nouvelles essences dans les arbres, dans les jardins, on doit le déclarer et demander un permis d'environnement et demander l'avis du CMRF comité des monuments royaux des sites et des fouilles. Euh pour aller mettre une pomme de terre dans un champ ce n'est pas nécessaire me semble-t-il. Tout ! Si on veut transformer... on a une femme qui a 1000 ans. Je pense que nos anciens qui ont construit ceci c'était des visionnaires au niveau de la manière... Regardez les voûtes romanes qui ont 1000 ans c'est magnifique. Si je vais dehors, cet étang qui est là c'est relié par un système de vases communicants qui a 900 ans qui va jusqu' à la Dyle. Quand l'architecte il y a 20 ans a essayé de moderniser ce truc-là euh il a foutu tout en l'air et depuis lors on a des inondations et on a une pompe dans la cave. Donc je veux dire c'était des vrais visionnaires nos anciens. Il n'y a pas de maison de ce style-là. C'est des maisons de paille qui ont disparu. Les maisons de visionnaire, les cathédrales de visionnaire, les trucs qui ont été fait vraiment avec un savoir et avec... C'est des gens qui ont cherché à pousser leur technologie dans leur époque. Si on leur disait aujourd'hui qu'on nous interdisait de mettre des panneaux solaires sur le toit parce qu'on préfère conserver le monument plutôt que la qualité de vie des gens qui y vivent, il nous prendrait pour des fous je pense. Donc voilà une des difficultés, je vis dans un lieu classé je ne peux rien faire. Si on doit faire quelque chose pour changer les châssis, j'en ai pour un an et demi d'approbation. Je dois parler à 5 fonctionnaires dont un fonctionnaire délégué, le directeur de la région Centre de la WAP et les monuments et sites ça c'est déjà 3 trucs difficiles. Il faut l'avis de la commune et il faut l'avis de je ne sais plus qui (il y en a 5) pour changer un châssis. Donc ça fait 5 ans que

j'essaye d'isoler mes châssis. Je l'ai fait je vais prendre une amende. J'en ai eu marre. Pour tout pareil si on parle de la ferme...c'est la Belgique et comme j'ai dit c'est la stagne administrative c'est terrifiant. Pour tous les permis, c'est compliqué. Tous les trucs sont compliqués. Donc faire de l'écotourisme par définition ça implique que.... Sauf si on a la chance de construire depuis scratch depuis 0. Si on construit depuis zéro et qu'on fait durable dès le départ et qu'on a la possibilité de se connecter à des panneaux solaires parce qu'on est dans une zone où c'est autorisé, d'utiliser son eau intelligemment parce que c'est autorisé, ... Par exemple, nous on aurait voulu mettre un biodigesteur pour jeter les déchets non organiques et faire du méthane qu'on aurait pu réutiliser au restaurant, on ne peut pas. On est trop près des habitations. Euh bah même si on n'avait pas été classé ça aurait été un problème de faire cette demande. Toutes les demandes de truc assez... La Belgique est très confucéenne. On a donné aux fonctionnaires le pouvoir de dire non. On n'a pas donné au fonctionnaire la motivation de dire oui.

Et pensez-vous que les obstacles que vous avez rencontrés peuvent dissuader certaines personnes de se lancer dans une démarche de développement durable ?

Absolument puisqu'il y a 2 manières d'envisager... Prenons la petite coop qu'on a créé. Il y a 39 maisons qui sont concernés donc les voisins, le tour du pâté disons de champs et de voisins qui est encadrée comme un U par La Dyle on ne traversera pas La Dyle. Quand on regarde les 39 maisons, je dirais il y a 1/3 qui est motivé par l'aspect économique. C'est-à-dire ma chaleur va être moins cher donc ce sera bien et il y a 2/3 parce qu'on a un quartier où il y a une transition avec des jeunes qui sont venus dans un environnement péri-urbain, qui ont des diplômes, c'est des jeunes de votre âge quoi un peu plus vieux puisqu'il faut se payer une maison ou la louer dans un truc un peu plus cher que ce que se payent général les étudiants mais c'est votre âge qu'on vise dans Loupoigne visiblement. C'est votre génération qui arrive qui remplace tous les vieux qui meurent et qui viennent avec des idées beaucoup plus ouvertes à ça. Donc 2/3, 1/3, mais 1/3 c'est énorme déjà. Donc ça c'est pour le quartier. Si on regarde l'entrepreneur qui doit faire l'investissement, il faut le financer d'une manière ou d'une autre cet investissement. Il n'y a aucune aide, aucune. Si j'avais été privé, j'aurais reçu des millions pour le même mètre carré de trucs à isoler. Le fait que je sois une entreprise, je dois payer. Je dois avoir des études en plus pour lesquels j'ai aucune aide. Si je veux des aides parce que le bâtiment est classé, je prends 3 ans de retard dans tous mes projets. Donc il y a des freins énormes et ces freins sont financiers et donc euh ben dévalorise les projets dans la valeur nette de... Si on regarde ça comme une entreprise et qu'on dit que l'entreprise c'est la valeur nette des cash-flows futurs ben elle est moindre puisque mes cashflows sont beaucoup plus importants. Mes cashflows perdus sont plus importants que ce qu'il devrait l'être. Les cashflows en soi sont déjà plus importants donc la somme des 2... C'est plus facile comme j'ai dit l'entrepreneur qui veut acheter une Porsche il vaut mieux qu'il s'achète des actions Microsoft mais pas faire ce que je fais.

Quelles sont les difficultés que vous rencontrez aujourd'hui en lien avec le développement durable ?

Ben c'est les aides. Tout est cher en durable. Les banques sont frileuses. Quand on dit à une banque, qu'on montre un budget et ils questionnent le budget, ils disent 'mais pourquoi vous payer autant pour ça ?' 'Ben on veut le faire de telle manière écologique' 'ah non ça c'est un excess loss c'est un funding loss c'est pour vous. Donc les garanties aussi qu'on demande sont excessives par rapport... Il faudrait qu'il y ait un mécanisme. Imaginons je veux faire un million d'investissement, si on demande à moi Philippe Brawerman de garantir ce million parce que je vais mettre des tuiles solaire (indépendamment de l'autorisation, de tout je parle maintenant) euh alors que dans le but du truc c'est pour aider l'Etat belge ou la région wallonne a rencontré les engagements qu'elles ont pris en mon nom euh pour 2030. Je trouve que le minimum ce serait qu'on m'aide ou qu'on dise à une banque voilà c'est la région wallonne donne à 0% aux banques de toute façon et ben vous les tendez aux clients. Moi non seulement on me dit 'ah non ça c'est un truc écologique, on connaît pas bien, c'est dans un truc compliqué', on va augmenter le taux d'intérêt, on va demander des garanties personnelles et on se refinancera auprès de l'Etat 0 %. Donc ils ont 0 pourcent de marge plus une marge de commercial c'est scandaleux. Et on dit les banques font partie des solutions. Si tu avais le choix t'enverrais à crever les banques.

Alors connaissez-vous les critères de tourisme durable de la Clé Verte ?

Euh on a vu mais on n'a pas investigué puisqu'on n'est pas encore reconnu par personne. Je pense qu'il faut être, il faut avoir un label reconnu pour faire ça.

Oui il faut être reconnu en tant que oui au sein de tu prends vraiment au point du tourisme ça oui je pense. Mais aussi non comme vous savez un peu les critères qu'ils demandent, qu'est-ce que vous en pensez ?

Alors est-ce que je les connais comme ça ce qui demande Clé Verte, je pense que c'est euh donc il y a... tous les produits d'entretien doivent être recyclables, tous la manière de... je vous dis je n'ai pas tout regardé en détail. Ce n'est pas moi je suis vraiment enfin c'est mon projet mais on a notre directeur général (le seul directeur) qui s'occupe de la gestion de tout ça et c'est lui. C'est applicable à nous je pense parce qu'on...mais faudrait qu'on soit reconnu d'abord comme lieu touristique avec un label quel qu'il soit. Ce qui est comique c'est qu'on pourrait être étoile Michelin avant d'être reconnu par le Brabant wallon quoi tellement c'est compliqué.

Mais aussi non les critères ça concerne l'économie d'énergie, prévention et le tri des déchets, la préservation de la biodiversité, l'alimentation et mobilité durable, information et implication des clients pour limiter l'impact environnemental de leur séjour, l'utilisation des produits plus écologique pour le nettoyage et l'entretien, le dialogue et communication en matière d'environnement de responsabilité sociétale et amélioration continue.

Oui bah je pense qu'on répond quasi à tous les critères excepté la mobilité. Alors mobilité on y répondra parce que dans la coop on va mettre... mais on a déjà des vélos qu'on prête au client. On fait pas mal de pub enfin de push de nos postes des trucs comme ça dans les communautés

de gens qui viennent et qui font des randos à vélo, des voyages à vélo, mais pas des voyages camping au bord du rivièrè je ne dis pas que ce n'est pas super cool aussi, ce n'est pas mieux que l'autre, nous ce n'est pas notre produit, mais les attirer ici et leur offrira un spot super où il mange top et puis ils repartent le lendemain matin à vélo, tout ça on fait. Mais ce qu'on aura dans la coop c'est des vélos électriques pour nos clients et peut être même une petite voiture électrique. Alors nous aussi on fait quand même une offre par exemple tout ce qui est recharge de voiture électrique gratuit et on a des chargeurs.

Et vous avez beaucoup de clients qui ont une voiture électrique ?

20%. Et sur les 20%, 1/3 recharge ici, nous demande pour charger. On n'a pas encore une borne rapide. Même problématique, pour une borne rapide il faut un nouveau truc chez Ores. Comme chez nous, il faut creuser, il faut un permis. Comme il faut un permis, il faut le patrimoine. Comme il faut le patrimoine, il faut d'abord s'attendre à un non, dépenser 10 à 14,000€ d'architecte enfin et cetera. C'est dément, dément, dément, pour tout !

Et si non si vous étiez reconnu, vous envisageriez d'obtenir le label Clé Verte ?

Ah oui pourquoi pas absolument. Vous avez un lien à m'envoyer ?

Oui je vous l'ai envoyé dans le chat.

Donc votre démarche responsable est-elle un point que vous mettez en avant vis-à-vis de vos clients ?

Oui euh partout dans nos Facebook, dans notre web, dans... Alors bon là on est un peu limité par nos ressources parce que ça coûte cher de faire du marketing. Mais chaque fois qu'on met à jour quelque chose, on va plus vers cette formulation-là. Si on regarde la présentation des maisons en face, c'est très clair. On explique très clairement la biomasse. On explique très clairement les choix qu'on a fait au niveau du chauffage. Quand on fait le check-in des clients, on leur pointe vers des choses. Donc par exemple euh on pointe l'eau, la géothermie, on leur montre les alpagas parce que ça fait partie du folklore tout le monde adore nos alpagas. Mais on leur dit voilà nos alpagas on les tond, on fait vos couvertures, on fait vos oreillers, on fait vos couettes et on fait du compost pour les plantes qui n'aiment pas le froid, les gens sont... On leur explique comment on fait l'eau chaude, on leur explique que la piscine est à 29 degrés mais qu'elle est chauffée par géothermie et qu'elle est en fait carbone neutre, qu'il ne faut pas se soucier donc d'aller dans la piscine. On leur propose de charger leur voiture électrique. Et alors par exemple le petit-déjeuner quand on leur apporte le pain et qu'on fait maison, on le met sur des planches en bois et on leur dit voilà ça c'est une planche qui vient du jardin, on n'a pas acheté made in china chez 'The Conran Shop' et qu'on s'est mis nous-même à faire des huiles, les trucs de café sont faits par un artisan du coin. On lui donne nos bois et il fait des tasses et des creux et des pots et des trucs et des machins, tout ça on dit.

Pensez-vous que c'est un avantage d'intégrer le développement durable dans son activité touristique ?

C'est un avantage pour le client qui a envie que ce soit un avantage. Pour le client qui est déjà convaincu que c'est un désavantage, c'est un désavantage. Donc c'est polarisé dès le départ je pense. Les clients qui viennent ici sont surpris de ce que ça veut dire quand il repart d'ici. Ils nous disent 'Ah mais je pensais qu'un hôtel durable il y avait un jardin, on mangeait bio et voilà quoi. Quand on leur dit que leur eau chaude consomme pas de carbone, ils se disent 'ah mais je ne me suis jamais posé la question de savoir on venait mon eau chaude dans un autre hôtel. Mais une fois qu'on leur a expliqué ça ils sont enchantés. Ceux qui ne viennent pas... Non il y en a qui viennent parce que pour une raison ou une autre ou qui viennent découvrir le restaurant et qui me disent 'ah je ne me rendais pas compte nous on pensait à un truc durable ça allait être trop genre hippie camping' (glamping profite du durable en étant absolument pas durable). Donc ceux qui ont cette idée que durable veut dire manger des mauvaises carottes et du mauvais vin, c'est absolument faux. Les meilleurs vins au monde sont des vins biodynamiques et aujourd'hui. On goûte la différence quand on boit un bon vin. On goûte la différence quand on voit une bonne carotte. Si vous allez dans... un des types qui est considéré comme un des 10 meilleurs chefs au monde chez Alain Passard à Paris, quand au mois d'août il vous offre un plat avec 3 rondelles de tomates (c'est son carpaccio de tomate) et c'est parce que la tomate est meilleure que toutes les autres tomates que c'est un bon plat ben ça on a chez nous.

Alors j'ai vu que j'étais le 3e lauréat du Trophée Incidence. Est-ce que vous pouvez m'en dire un peu plus sur votre participation à ce concours ?

Oui donc c'est organisé par le Brabant wallon. Ça a pour but de promouvoir les projets justement qui ont une incidence positive au sens large tel que vous l'avez dit la durabilité donc ça inclut le vert, ça inclut l'énergie, ça inclut l'entretien mais ce n'est pas que les hôtels, ils ont la manière de fonctionner le flux de fonctionnement, les rapports humains, donc ça inclut au sens large tout ça. On a été contacté par la commune qui trouvait que notre projet convenait bien et qui nous a dit tiens pourquoi est-ce que vous ne soumettriez pas. On a soumis euh et puis on a été sélectionné comme finaliste et on a été très contents d'être finaliste. C'est des projets chouettes qui ont gagné. C'est un torrificateur qui a gagné, il fait du café écolo. Je comprends c'est énorme ils ont bien fait ça, je veux dire ils vendent des milliers de café et nous on a impact de 5 maisons et 39 voisins

Et pourquoi avoir décidé de participer à ce concours ?

Parce que la commune nous l'a demandé. Je trouve que quand la commune nous aide et qu'elle demande qu'on retourne le geste en donnant une bonne visibilité à Genappe. Euh je pense que de toute façon c'est positif de faire savoir au monde qu'il y a des projets qui sont des projets euh qui en tout cas ne sont pas que des projets économiques qui remplacent le Microsoft sur le mur.

Donc à la fin vous avez reçu un prix, un chèque c'est ça d'une valeur de 1000€ ?

Oui.

Est-ce que vous avez déjà des idées de comment vous allez l'utiliser ?

On va le donner en bonus au staff.

Quels conseils pourriez-vous donner à des professionnels du tourisme traditionnel qui souhaitent s'engager dans la voie du développement durable ?

Euh vraiment un hôtel qui voudrait se dire comment est-ce que je deviens un hôtel durable demain quoi. Ça veut dire que par définition s'ils veulent s'engager c'est qu'il y a un accord déjà au minimum avec le conseil d'administration et l'actionnariat sinon ça ne sert à rien. Parce qu'il faut bien être conscient que c'est opérationnellement... c'est comme quand dans les années 2000 tout le monde a dû faire la certification ISO ça paraissait comme une montagne mais en fait c'était simplement bien travailler, documenter convenablement ce qu'on faisait. J'ai travaillé chez IBM au début quand ils ont dû faire ISO 2000 c'était parfait pour IBM parce qu'ils ont engagé des milliers de consultants qu'ils payaient/surpayaient euh pour écrire des documents épais comme ça que personne ne lisait jamais. Mais ce n'était pas ça faire ISO 2000 justement et ben c'est un peu la même chose avec le durable. Il y a tellement de trucs que l'on peut regarder. En fait si on se pose vraiment les bonnes questions dès le départ et de se dire où est-ce que je perds de l'énergie, où est-ce que je perds dans mon rapport avec les citoyens, avec mes clients, avec mon environnement, et qu'on bêtement décide de faire une liste de priorité comme si c'était un autre projet et puis de s'engager sur ce long terme avec les experts autour de soi quoi. Mais c'est beaucoup plus long que ce que les gens... Je pense que quelqu'un qui est vraiment motivé à faire durable dans le sens que vous l'avez dit et pas juste écolo et de la bouffe bio dans ma cantine, il va découvrir que c'est compliqué et que c'est cher. Et donc il va devoir s'entourer. C'est lent et c'est pour ça qu'il faut le conseil d'administration pour avoir le flux opérationnel mais il faut également le conseil d'administration vers l'investisseur parce que ce n'est pas un truc qui est rentable à court terme ça c'est sûr.

Quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du Tourisme de la Province du Brabant wallon pour améliorer le tourisme durable dans le Brabant wallon ?

Bah je dirais le durable parce que le tourisme c'est une fraction du problème. Je pense qu'il faut se poser la question du durable et voir objectivement où est le tourisme dans les priorités. Si le tourisme est moins prioritaire que d'autres truc, il me semble que ça devrait rentrer en dessous. Euh c'est comme j'ai dit un luxe de faire du tourisme. Par contre ce qui n'est pas un luxe c'est de maintenir ses bâtiments et de les transformer vers des bâtiments durables. Donc par définition on oublie l'activité que j'y fasse pour une fois parce que justement je n'y ai pas droit parce que je fais du tourisme mais si j'étais Philippe Brawerman dans ma vieille ferme durable, j'aurais des millions de subsides. Ça ce n'est pas logique. Donc je dirais il faudrait que les autorités publiques aident le long terme de la durabilité au minimum dans ce qui n'est pas sectorielle qui n'auraient pas prioritaire. Donc si on dit le tourisme est prioritaire je pense qu'aux Ardennes ou à la côte ça doit l'être certainement plus que dans le Brabant wallon mais alors à ce moment-là il faut jauger les priorités. Je pense qu'ici, ça ne l'est pas. Mais si ça l'était

indépendamment ça les bâtiments eux ils n'ont rien à voir avec le tourisme. Ils ont à voir avec conserver le patrimoine de la région, ils ont à voir à conserver l'actif long terme de la région, ils ont à voir à rénover les procédés de chauffage, de dispersion, d'aménagement de tous les flux, c'est les flux de fibres d'internet, c'est les flux d'eau, c'est du gaz, tout ça doit être pensé par la région. Et ça c'est indépendamment de mon activité que je sois garage ou que je sois touriste, je pense qu'il y a ça. Il y a aider les gens aussi à d'enchemiser leur terrain. Donc il y a une vraie incentive à passer... Par exemple des titres services pour faire tout ce qui est vert. Ça s'est réaliste me semble-t-il. Défisicaliser les investissements terrains dans le vert parce que toute façon ils vont augmenter le foncier à terme alors que les autres vont probablement effondrer le foncier à terme. Je veux dire La Louvière si on prend un exemple d'où il y a eu une paupérisation dans les années 60 à 2000 à cause de la fin du des charbonnages et du fer en Belgique, et ben la fin de l'air du non durable va causer des paupérisations et des affectations massives également. Donc il va y avoir des pertes de valeur et d'actifs si on ne le fait pas.

Comment voyez-vous l'avenir du tourisme durable ?

Bah bien puisque tout le monde est de plus en plus sensible. Je veux dire que n'importe quelle personne qui a des enfants de votre âge ou un peu plus jeunes ont fait la grève à l'école. Moi j'encourage ça si on pouvait accueillir tous les enfants grévistes ici une fois par semaine on les accueillerait. Si tous les enfants de Liège veulent venir à Indrani Lodge tous les vendredis pour faire grève et encourager leurs écoles à faire ce qu'il faut ben ils sont les bienvenus. Donc je pense que ça a le vent en poupe, quelque part tout le monde euh... c'est bobo de faire vert. Je veux dire que 80% des gens qui ont une Tesla s'en foutent complètement de la durabilité. Ce qu'ils veulent c'est que leurs voisins voient qu'ils ont une Tesla. Donc c'est à la mode donc nous on est « à la mode ». Euh et puis aller dans une conversation à Waterloo ou à knokke-lezoute ou à Rhode-Saint Genès ou je ne sais pas où et dire 'oh ma chère moi j'ai été dans une piscine et on a nagé dans de l'eau qui était faite avec une chaudière sans carbone mais c'est extraordinaire ! comment pouvez-vous aller à la piscine avec une air conditionnée je comprends plus !' ça fait bien quoi. Donc bah ça, ça va prendre 10 ans comme cycle. Après en 2030 je ne sais pas où on en sera parce que les gens qui viennent ici font pas les investissements... ils sont intéressés hein je ne dis pas qu'ils ne sont pas. On a 50% de notre clientèle qui s'en tapent l'œil et 50% de la clientèle qui est vraiment intéressé. Et donc on leur montre l'isolation, on leur montre la géothermie et ils me disent mais comment est-ce que je pourrais faire ça chez moi, est-ce que vous pouvez me conseiller quelqu'un qu'on peut appeler, euh je n'habite pas loin est-ce que vous pensez que... Il y en a vraiment de plus en plus donc ça, ça va dans le bon sens.

Et c'est surtout des Belges dans votre clientèle ou il y a aussi d'autres origines qui viennent ?

Avant le covid ce n'était majoritairement pas des Belges. Depuis le covid c'est majoritairement des Belges. Donc on a fait 180 degrés de changement. On a été fermé donc les étrangers n'ont plus pu venir. On a eu la chance d'avoir la possibilité de faire 5 salons et 5 chambres et on faisait manger les gens au salon privatif tout seul en famille dans la bulle de 1 donc c'était exceptionnel d'avoir cette possibilité là mais ça, ça ne s'adressait qu'à des gens qui pouvait venir de Belgique puisqu'ils ne pouvaient pas venir d'ailleurs. Et puis quand ça s'est réouvert

avec le couvre-feu on a eu beaucoup de locaux puisqu'ils devaient partir... en partant à 21h30 d'ici ils faisaient 10 kilomètres et ils étaient chez eux à 22h, s'il fallait boire un verre de vin ici ce n'était pas cher de faire un Bob ou un taxi ou de les ramener. Donc tout ça a bien fonctionné.

Voilà c'était la dernière question.

Comment vous nous avez trouvé en fait ?

Sur le site de « Find Your Nest ».

Jean-Paul Rigaux- The caravan Les Mésanges

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité touristique ?

Mon activité touristique c'est très modeste. C'est vraiment 2 fois rien donc je ne sais pas si ça va beaucoup t'aider mais c'est une petite roulotte quoi. Donc à la base, moi je suis agriculteur hein donc j'ai une ferme avec des prairies autour, il y a un étang et bon comme beaucoup d'agriculteurs je suis très bricoleur et puis j'aime bien tout ce qui touche à des choses un petit peu insolite. Donc pendant l'hiver de de l'année passée, j'ai travaillé dans mon atelier à peu près 800 heures pour construire cette roulotte entièrement moi-même et je l'ai installé ici au début de 2021 en janvier près de l'étang qui est un endroit vraiment sympa. Donc j'ai commencé à la louer depuis quelques mois seulement.

Et donc on peut catégoriser la roulotte comme un camping ?

Oui on peut dire ça ou un gîte, un gîte à la ferme.

Alors quels sont les critères qu'il faut considérer pour choisir vos partenaires (Fournisseurs, associations, intercommunales, fédérations sectorielles, partenaires sponsors) ?

Mon contact privilégié pour démarrer cette activité qui est quand même nouvelle pour moi c'est la fédération des Gîtes de Wallonie. Donc ils m'ont fourni énormément d'informations. Je suis vraiment très content de leurs services. Ils m'ont dit tous les formulaires que je devais compléter pour remettre au CGT, au commissariat général du tourisme qui est quand même le gros organisme qui gère quand même tout ce qui touche au tourisme et qui est quand même assez strictes dans les exigences à remplir parce que je peux dire honnêtement que je suis seulement en train d'être à jour. J'ai commencé à louer la roulotte avant même vraiment d'avoir le feu vert. Mais bon enfin je suis en ordre, j'ai les autorisations des pompiers et des organismes de contrôle pour l'installation électrique et cetera. Donc voilà ça c'est pour la partie administrative pour démarrer cette activité. Ensuite eh bien oui j'ai ... les gîtes de Wallonie vont à partir d'ici une semaine ou 2, ils vont promouvoir mon enfin j'aurai ma page personnelle de la Roulotte sur

leur plateforme et c'est un réseau qui est quand même une plateforme d'envergure internationale. J'utilise Facebook comme support, aussi les plateformes comme Airbnb. Mais sinon vous parliez de nos fournisseurs, je n'ai pas grand-chose comme fournisseur je suis vraiment dans une dynamique on ne peut plus simple donc je n'ai pas vraiment de fournisseur à qui je dois faire appel au quotidien.

Et pour le petit déjeuner c'est vous qui l'achetez pour vos clients ?

Ben le petit-déjeuner en théorie ouais c'est un peu spécial parce qu'en théorie moi je ne peux pas faire le petit-déjeuner. Il n'y a que les gens qui ont des chambres d'hôtes, ou les hôteliers ou les gens qui ont vraiment un accès à la profession. Mais moi en théorie je ne peux pas faire le petit-déjeuner donc je ne pousse pas trop ça mais il faut dire que la roulotte est très équipée, il y a une cuisine qui est vraiment bien équipée de vaisselles, de quoi cuisiner, et cetera, une cafetière, une bouilloire électrique, etc. Donc les gens en général se débrouillent eux-mêmes. C'est d'ailleurs pareil pour les draps de lit comme ça se fait dans beaucoup de gîtes, je ne mets pas les draps de lit parce que en fait une fois qu'on fait de la prestation, on tombe dans du revenu professionnel et moi je rester dans un revenu comme si vous aviez un appartement que vous louez à quelqu'un, vous n'êtes pas... je ne suis pas taxé enfin oui juste sur le revenu cadastral mais ce n'est pas considéré comme du revenu professionnel. Moi je simplifie vraiment au maximum mes prestations pour pas tomber dans la catégorie revenue professionnel parce que ce n'est pas mon activité professionnelle réellement puisque moi je suis agriculteur et on a une salle de fête aussi qui est assez connu (la Ferme Du Grand Spinois). On fait beaucoup de mariages et cetera depuis presque 30 ans. C'était une activité que j'avais démarré il y a 30 ans pour me diversifier parce que l'exploitation agricole n'était pas énorme.

Vous pensez que vous serez sur le site de Wallonie Belgique tourisme et la maison du tourisme du Brabant wallon ?

Oui mais j'attends encore un dernier document de l'administration communale de Rebecq. C'est sa seule chose qui me bloque sinon oui j'y serais déjà. Je dois encore mettre l'attestation de sécurité incendie. Je suis en ordre en fait mais bon je dois avoir ce papier que je dois transmettre au CGT et alors j'ai vraiment le feu vert quoi. Donc je ne sais pas combien de temps ça va prendre parce que l'administration parfois c'est lent.

Et donc pour les acteurs qui contribuent à produire le service enfin client c'est vous même tout seul ?

Oui, c'est moi tout seul. Mais je pense que quand je serai vraiment sur les rails, je vais me labelliser pour le vélo par exemple. Ça je sais que je vais le faire. Bon il y aura un peu de service aussi que je vais devoir fournir. Je vais peut-être louer des vélos aussi, donner la possibilité de mettre leur vélo à l'abri, de bricoler ou de nettoyer leur vélo des choses comme ça. Bon ça c'est un petit service que je ferai mais sinon comme je disais il n'y a pas grand-chose. Mais tout à l'heure on parlait de petit-déjeuner bon quand les gens veulent vraiment le petit-déjeuner je le fais quand même et je fais un ça sous forme de d'un panier en osier où je mets

des viennoiseries, charcuterie, fromage et cetera et je dépose le panier sur la terrasse devant la porte des clients. Donc c'est plus une livraison que vraiment un service à part entière.

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Ben le tourisme durable, on peut parler longtemps de ça. Je ne peux pas dire que j'y suis. Je ne mérite pas la palme d'or nécessairement pour ça bien que quand même malgré tout j'ai construit ce gîte avec des matériaux naturels. Je l'ai fait de mes mains, ça c'est pour la partie construction. Mais évidemment après il y a la partie exploitation et c'est vrai que là je ne suis pas... il y a des moyens d'améliorer, je pourrais avoir des panneaux photovoltaïques, je pourrais faire des stations d'épuration naturelles et des choses comme ça. Ça je n'y suis pas encore enfin c'est un choix que j'ai fait comme ça. Par exemple, la question des panneaux photovoltaïques je n'ai pas choisi ce système parce que malgré que ce soit une petite roulotte, c'est énergivore parce qu'il faut produire de l'eau chaude, il faut chauffer en hiver et cetera. Bon j'avais envisagé de mettre par exemple un poêle à pellets dans ma roulotte mais bon finalement j'ai renoncé et puis un poêle à bois c'est encore pire parce que le volume est trop petit qu'il fait vite trop chaud donc c'est difficile de régler convenablement. Maintenant, elle est super bien isolée. J'ai mis de la fibre de bois donc qui est un matériau écologique aussi.

Et comment définiriez-vous l'écotourisme et voyez-vous une différence entre l'écotourisme et le tourisme durable ?

Honnêtement, je ne sais pas trop bien quelle est la différence. L'écotourisme, c'est sensibiliser les gens à regarder la nature, à en prendre soin, etc. Et durable, oui je ne sais pas il faudrait peut-être mettre des toilettes sèches dans la roulotte. Ça se serait déjà une bonne chose mais moi j'ai voulu quand même avoir un certain standing enfin ce n'est pas une roulotte de luxe mais il y a quand même un certain confort. J'ai une autre activité d'ailleurs qui touche à tout ce qui est nature, écologie, je fais de la location de parcelle de potager pour les gens qui sont en appartement et ça c'est à 100 mètres de la roulotte donc les clients qui louent la roulotte peuvent aller se balader, voir un peu tout ce qu'on fait et c'est vrai qu'on est fort... fin voilà j'ai planté énormément d'arbres aborigènes, des arbres fruitiers, des haies fruitières, des haies sèches, euh toutes ces choses-là. Mais c'est vrai qu'on plante beaucoup et je crois que c'est la meilleure chose qu'on puisse faire pour la planète. On a mis des ruches pour améliorer la pollinisation autour de la ferme et du potager donc voilà.

Est-ce que la roulotte a toujours été dans une lignée durable ou est-ce que cela a été développé plus tard ? Par durable, j'entends la définition donnée par l'Organisation Mondiale du Tourisme : « Le tourisme durable est un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil. ».

Oui. Comme je l'ai dit, j'ai construit la roulotte avec des matériaux écologiques (la fibre de bois). Elle est aussi très bien isolée. Je pense que je pourrais aller vers peut-être plus de choses si on avait des plus de conseillers qui prennent des dispositions.

Quelles sont vos motivations à inscrire la roulotte dans une démarche de développement durable ?

Bah parce que moi j'ai envie que mes enfants et mes petits-enfants ils grandissent dans un monde qui est quand même beau quoi, qu'on ne leur remette pas une terre complètement saccagée. C'est pour ça que je plante des arbres. Quand je plante des arbres, ce n'est pas pour moi parce que... j'ai beaucoup planté des hautes tiges. C'est des arbres où il faut 15 ans avant de vraiment avoir le potentiel donc je le fais pour mes enfants et mes petits-enfants.

Lorsque que vous avez lancé votre roulotte dans une démarche de développement durable, quelles sont les obstacles/freins que vous avez rencontrés ?

Euh bah il n'y en a pas. Pourquoi y aurait-il des freins ? Euh... encore une fois moi je suis à l'échelle de ma petite roulotte évidemment. Ça n'impliquera jamais d'énormes investissements donc le frein financier je ne l'ai pas. Mais peut-être qu'il y a encore des freins technologiques, des choses qui doivent encore être perfectionnés, évoluées en termes de consommation énergétique. Je pense que pour les plus grosses infrastructures à mettre aux normes tous leurs immeubles bah oui le frein financier peut être vraiment une raison de ne pas le faire. Il y a des technologies mais ça c'est... ils peuvent mettre des pompes à chaleur. Par exemple, moi dans ma roulotte j'ai mis une pompe à chaleur. Comme j'expliquais je n'ai pas eu envie de mettre de poêle à pellets. Ma ferme, elle est chauffée par une chaudière biomasse hein. Il y a une salle de fête, 8 logements, tout ça est chauffé au bois.

Connaissez-vous les critères de tourisme durable de la Clé Verte ?

Non.

Je peux vous envoyer le lien. Et donc la Clé Verte, c'est un label pour la qualité et la durabilité. Et donc ça comprend des critères dans le domaine de l'économie d'eau et d'énergie, la prévention et tri des déchets, la préservation de la biodiversité, alimentation et mobilité durable, l'information et l'implication des clients pour limiter l'impact environnemental de leur séjour, l'utilisation de produits plus écologiques pour le nettoyage et l'entretien, et enfin le dialogue et communication en matière d'environnement de responsabilité sociétale et d'amélioration continue.

Ok, je regarderai tout à l'heure.

Que pensez-vous de ces critères ?

C'est un fameux programme quand même. Je dois je dois regarder ça à tête reposée tout à l'heure. Je ne sais pas répondre comme ça.

Est-ce que vous voyez un peu le critère qui sera le plus dur à réaliser ?

Euh, vous pouvez me les rappeler ? Ouais franchement je ne sais pas vous répondre. Je ne sais pas vous répondre comme ça. Je pense que chaque point pris à part n'est pas une montagne en soi et chaque chose est réalisable.

Envisagez-vous d'obtenir le label Clé Verte ? Et pourquoi ?

Je vais d'abord me concentrer sur le label Bienvenue Vélo. Mais ce qui est sûr c'est que ça demande plus d'implication, de temps. Parce que nous on offre le gîte mais on a notre métier donc on n'a pas vraiment le temps d'en passer avec les gens. Et je pense même que les clients ne sont pas tous disposés à ce qu'on leur fasse quelque part un cours quoi sur l'éco-durable. Quand ils viennent ici oui bien sûr ils viennent pour prendre un bon bol d'air parce que souvent ils habitent en ville. Mais je pense qu'il faudrait vraiment prévoir enfin tester la réceptivité de chacun des clients à ce genre de choses parce que s'ils sont fermés... Et bon on a peut-être un petit rôle qu'on peut jouer mais moi je me vois plus comme un loueur de logement que comme un professeur d'écologie durable quoi.

Votre démarche responsable est-elle un point que vous mettez en avant vis-à-vis de vos clients ? Si oui, comment ? Si non pourquoi ?

On essaie de sensibiliser aux gens de pas mettre les essuies de bain à la blanchisserie (ça on les fournit nous-même les essuis de bain), voilà de pas faire du nettoyage inutile avec la consommation de produits, d'électricité et cetera. Mais c'est une petite roulotte. Mon action pour la planète avec ça, mon impact sera toujours assez limité. C'est une petite unité.

Pensez-vous que c'est un avantage aujourd'hui d'exercer une activité touristique durable ? Et par durable, j'entends la définition de l'Organisation Mondiale du Tourisme : "Le tourisme durable et un tourisme qui tient pleinement compte des impacts économiques sociaux et un manteau actuel et futur en répondant aux besoins des visiteurs des professionnels de l'environnement et des communautés d'accueil".

Bah personnellement je suis de plus en plus sensible à tout ça. Donc moi je suis vraiment très favorable à ce qu'au niveau de notre encadrement que ce soit au niveau national ou au niveau européen ou au niveau mondial que... Moi ça me dérangerait pas du tout qu'on nous mette des contraintes supplémentaires, je les appliquerais avec plaisir. Euh mais parfois je pense qu'on ne le fait pas par manque de connaissance ou par manque de directives ou même par manque de règles contraignantes carrément.

Quels conseils pourriez-vous donner à des professionnels du tourisme traditionnel (non durable) qui souhaitent s'engager dans la voie du développement durable ?

Euh... je ne saurais pas donner des conseils.

Quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du Tourisme de la Province du Brabant wallon pour encourager le développement du tourisme durable dans le Brabant wallon ?

Mais peut-être plus d'encadrement. C'est vrai qu'on est dans un contexte de la pandémie c'est un peu spécial mais tout se fait toujours par internet parce que bon peut être que je suis un peu vieux et pas très ouvert aux nouvelles technologies mais moi j'aurais bien aimé que de temps en temps il y a un conseiller qui passe, déjà au niveau de la construction du projet, l'élaboration du projet et ensuite pour le suivi, que ça se mette en route réellement. C'est vrai qu'on peut puiser beaucoup de choses sur internet ça je suis d'accord c'est très bonne chose mais je trouve qu'il faut quand même qu'il y ait un lien humain quoi, plus terre à terre.

Pour finir, comment voyez-vous l'avenir du tourisme durable ?

Pour le tourisme durable, je ne sais pas. Mais pour le tourisme en général, honnêtement c'est vrai que...il m'inquiète un peu quoi. Quand je vois des reportages sur le tourisme de masse je trouve que c'est quand même inquiétant tous ces déplacements de masse de gens d'un côté à l'autre de la planète dans des avions. Là je suis plus inquiet quoi au niveau international. Et au niveau des grosses structures de tourisme, je crois que là il y a du travail à faire pour qu'il y ait plus de contraintes dans tous ces espaces naturels qui n'ont pas demandé à être envahi par ces millions de gens. Et d'autant plus qu'il y a des pays qui n'ont pas encore compris, qui ne sont pas encore du tout ouverts à adopter des stratégies protectrices quoi de l'environnement. Ça, ça me fait plus peur quoi. Par contre, des petites exploitations touristiques comme la mienne, l'impact est quasiment insignifiant sur la nature. Même si comme je disais je suis conscient que je peux faire mieux mais moi c'est plutôt le tourisme de masse qui m'effraie vraiment.

Georges Elvire - Les Bergers B&B

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Oui. Ça fait 11 ans qu'on fait ça. Ça marche pas mal parce qu'on a d'un côté les touristes et d'un autre côté des gens qui viennent pour le boulot comme pour les grosses sociétés pharmaceutiques qui sont dans le coin (notamment Baxter, UCB, etc.). Maintenant des touristes, j'en ai régulièrement mais ils viennent que pour un jour généralement. On a de bons points sur Booking.com. On est à 8,4/10. Et je trouve ça pas mal parce qu'il suffit d'un emmerdeur qui vous mets 7,5 pour que la cote diminue. Et puis mon épouse et moi, on continue à bien aimer recevoir les gens, etc. Voilà, en gros c'est ça. Les chambres d'hôtes sont séparées du cor du logis principal, c'est-à-dire qu'il n'y a pas de nuisances je dirais. Le reste vous avez vu sur notre site. Notre maison est des années 70 et puis j'avais fait construire le chalet en bois (qui est aménagé maintenant en 2 chambres d'hôtes) pour faire un garage. J'avais une voiture de collection et j'avais aussi des stocks de vêtements parce que c'était provisionnellement. Et puis quand tout ça s'est arrêté, c'est mon épouse qui m'a dit tient on ne ferait pas chambre d'hôtes puisqu'on faisait la table d'hôtes et voilà. On a commencé notre activité en mai 2010.

Quels sont les critères que vous considérez pour choisir vos partenaires ? (Fournisseurs, associations, intercommunales, fédérations sectorielles, partenaires, sponsors).

Nous on travaille uniquement avec Booking.com pour deux raisons parce qu'ils sont très sérieux (évidemment ils sont chers mais ils font de la pub partout. On voit partout sur le net, même sur les banderoles du championnat de football qui vient de se terminer il y avait à un certain moment Booking.com qui apparaissait. Et je ne veux pas en prendre d'autres d'abord parce qu'ils vous demandent un prix fixe et ce n'est jamais sûr qu'on va avoir une location, tandis que sur Booking c'est à la commission qu'on les paie. L'autre raison c'est que je ne veux pas en avoir plusieurs pour des raisons d'agenda. Gérer plusieurs agendas, chaque fois je reçois un coup de fil et je dois aller sur cinq sites ça ne va pas. Ou alors on fait de l'overbooking et ça c'est une catastrophe.

J'ai remarqué que 'Les Bergers' n'est pas sur le site de Wallonie Belgique Tourisme ni sur le site de la Maison du Tourisme du Brabant wallon, est-ce que ça veut dire que vous ne vous êtes pas déclarés auprès du Commissariat Général au Tourisme ?

Oui, ça veut dire ça oui. Si on emploie le terme 'chambres d'hôtes', on est obligé de se déclarer auprès du Commissariat Général au Tourisme. Si on emploie le terme 'bed & breakfast', on n'est pas obligé. Et je suis très anti-associations, anti-gouv... enfin obligations gouvernementales, etc. je suis contre. D'ailleurs, je demande (c'est un détail assez amusant), je demande toujours le paiement aux gens de payer en liquide, en cash. Je ne veux pas faire tourner les banques.

Quels sont les acteurs qui contribuent à produire le service offert aux clients ?

Il y a juste moi et mon épouse parce qu'on a que 2 chambres. On ne va pas commencer à engager du monde.

Que pensez-vous du tourisme dans le Brabant wallon ?

Ben ils ont fait les transformations au Lion de Waterloo et en-dessous. C'est absolument génial ce qui a été fait pas les autorités. Chaque fois que j'envoie des gens là-bas, ils sont enchantés. Le musée, ça vaut vraiment la peine. Maintenant à part ça, il y a Villers-La-Ville et Louvain-La-Neuve, mais bon c'est déjà plus loin. Il y a aussi un endroit (mais ça c'est seulement 15 jours par an) c'est le bois de Hal (avec les fleurs bleues). Il y a des gens du monde entier qui viennent pour voir ça. Voilà, en gros. Ici le tourisme, c'est surtout Waterloo, Waterloo, Waterloo évidemment.

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Le tourisme durable ? Comme nous par exemple que ça fait 10 ans qu'on fait ou c'est quoi ? C'est quoi la question je ne comprends pas bien... Le tourisme durable ? Vraiment je ne vois pas de quoi on parle là.

D'accord. Est-ce que vous connaissez plus l'écotourisme alors ?

Ecotourisme ? Ça existe ça ?

Oui.

Ah bon ? Voilà ma réponse, c'est facile.

Pour que vous compreniez mieux de quoi il s'agit, je vais vous lire la définition du tourisme durable donnée par l'Organisation Mondiale du Tourisme: « Le tourisme durable est un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil. ».

Oui, je n'ai aucun rapport avec les autorités... Donc, euh les autorités ne peuvent pas m'aider hein.

Pensez-vous que c'est un avantage aujourd'hui d'exercer une activité touristique durable ?

Comment ? Ouh là, ça devient compliqué.

En gros, vous pouvez avoir des chambres d'hôtes durables si vous utilisez des ampoules énergétiques, récupérez de l'eau de pluie, utilisez de produits d'entretien certifiés écologiques, réduisez le débit d'eau des douches et robinets, faites le tri des déchets et en mettant des instructions sur la manière de trier les déchets, proposez des produits alimentaires locaux, bios ou de commerce équitable, mettez à la disposition des clients le plan et les horaires des transports en commun les plus proches, ainsi que des pistes cyclables et voies piétonnes alentours,...

Ah oui d'accord. J'ai des panneaux photovoltaïques sur le toit des chambres d'hôtes. Pour le reste, à part le tri des déchets, il n'y a rien de particulièrement...voilà. Enfin c'est quand même important les panneaux photovoltaïques.

Pensez-vous que c'est un avantage aujourd'hui d'exercer une activité touristique durable (comme je vous l'ai expliqué précédemment) ?

Euh oui ça peut. Mais cette année-ci en tout cas, je ne peux investir dans rien du tout parce que c'était une catastrophe. Janvier, février, mars, avril, on a vu quasiment personne. Je dis quasiment c'était une ou deux personnes par semaine. C'était quand même très peu.

Quelles seraient vos motivations (si vous pouviez) à inscrire vos chambres d'hôtes dans un démarche de développement durable ?

Moi, je suis bon pour tous si ça ne m'oblige à rien quoi. Voilà. Ça dépend des obligations que ça entraîne. Moi, j'ai déjà des panneaux enfin je ne les ai peut-être pas installés dans l'esprit de

l'écologie. Je les ai installés dans l'esprit de gagner des sous enfin de payer moins chers. Ça n'a rien à voir avec les écolos moi. J'ai aussi des trucs qui réduit le débit de la douche. Dans le pommeau de douche, c'est simplement que le jet est diminué. J'ai mis ça et ça aussi c'est pour faire des économies.

Quels sont les freins au développement durable de 'Les Bergers' selon vous ?

Ce sont des freins financiers et aussi le manque d'informations. Moi, je n'en ai pas beaucoup sur tout ce qui concerne le durable. Mais de toute façon, je ne vois pas très bien ce qu'on pourrait me faire faire. J'ai du double vitrage, etc. quoi. Les chambres d'hôtes sont hyper isolées.

Mais par exemple, pour votre petit-déjeuner, vous pourriez favoriser les produits locaux, bio ou de commerce équitable.

Ah...ouais. Mais produits locaux, qu'est-ce que vous pouvez trouver comme produits locaux pour un petit déjeuner ? A part un litre de lait, je ne vois pas très bien. Si je dois trouver des produits locaux, je dois trouver du fromage, mais les gens ne vont pas manger ça. Ils ne vont pas y toucher les voyageurs.

Et aussi non le pain. Prendre un pain qui vient d'une boulangerie locale près de chez vous plutôt qu'acheter dans des grandes chaînes de magasin comme Carrefour ou Lidl.

Ah le pain, oui mais bon... C'est déjà assez difficile à gérer comme ça pour avoir du pain frais tous les jours et pour aller le chercher... et encore pour deux tranches de pain par personne, on va se casser le *** pour essayer d'en trouver ? Non.

Pensez-vous que les freins que vous avez rencontrés peuvent dissuader certaines personnes de se lancer dans une démarche de développement durable ?

Oui, par le manque d'informations et le manque de facilité évidemment. Dans mon cas, je ne vois pas très bien... A part le pain que je pourrais aller acheter dans une boulangerie... Tu vois le bazar, dis. Ce n'est pas gérable.

Connaissez-vous les critères de tourisme durable (de la Clé Verte) ? Même si j'imagine que non. Je vais vous envoyer un lien où vous pouvez les retrouver : [Green Key \(green-key.be\)](http://Green Key (green-key.be)).

Oui, non je ne connais pas du tout. (Clique sur le lien). Ah c'est un joli site. Ça a l'air d'être un sacré truc.

Je vous laisse un peu les parcourir et puis vous pouvez me donner votre avis.

Non, ça ce n'est pas possible. Enregistrer la consommation d'eau et d'énergie, vous imaginez ce que ça coûte ? Pour une chambre ? Ça veut dire installer des compteurs donc non. Tri des

déchets, ça je fais déjà. Biodiversité, je ne vois pas ce qu'on entend par là. Alimentation et mobilité durable, mobilité ça je fais déjà. Je mets à disposition de mes clients les informations et horaires pour les transports en communs parce que la gare est à 1 kilomètre d'ici. J'avais mis aussi à disposition des vélos au début et puis non. Ça ne faisait que des problèmes, les nettoyer, machin, tout ça... Utilisation de produits plus écologiques pour le nettoyage et entretien, oui ça je peux essayer de faire. Ah mais ça coûte des sous alors la certification Green Key ?

Oui, mais ils ont plusieurs tarifs en fonction de la taille de l'hébergement. Comme vous être des chambres d'hôtes/B&B avec une capacité de moins de 10 personnes, c'est 80 euros.

Ah oui, non oublie. C'est bien dommage ça que ça coûte de l'argent. Je vais m'arrêter là. Attends, j'ai 8,4 sur Booking, qu'est-ce que vous voulez que j'aie besoin. Je n'ai pas besoin de faire de la pub en plus hein.

Lequel semble, pour vous, le plus dur à réaliser (si vous alliez dans le sens de la Clé Verte) ?

Bah, contrôler la consommation d'eau et d'électricité. Moi, c'est quasiment impossible à faire. Je sais que (alors ça c'est amusant) quand les gens sont à l'hôtel, les gens utilisent 2 à 3 fois plus d'eau dans la douche, ils restent un quart d'heure sous la douche quoi. A la maison, ça ils ne font pas mais quand ils sont en déplacements youpi.

Comment voyez-vous l'avenir du tourisme ?

Oh bah, ça va de mieux en mieux donc ça devrait... Quand on voit ce qu'ils ont fait à Waterloo, quand on voit le développement sur Villers-La-Ville, etc. les autorités prennent assez bien à cœur d'améliorer les infrastructures pour le tourisme. Je trouve que ça c'est assez positif.

Pour finir, quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du Tourisme de la Province du Brabant wallon pour encourager le développement du tourisme durable dans le Brabant wallon ?

Euh... je n'ai pas d'idées là-dessus moi. Je ne sais pas moi ce qu'ils pourraient faire. Je ne vois pas... Ah oui, donner plus d'informations sur le tourisme durable.

Didier Tollenaere – Espaces d'Or

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Les Espaces d'Or, ce sont des chambres d'hôtes. Il y a 4 chambres. On travaille à deux mon épouse et moi. On a commencé petitement l'activité il y a 4 ans. On avait tous les deux un travail autre. Moi je suis ingénieur de formation et j'ai travaillé en tant qu'ingénieur pendant de nombreuses années. Mon épouse est traductrice et elle avait sa propre entreprise dans tout autre chose. Puis on a rénové notre maison quand les enfants sont partis. Et on a décidé de changer d'activité professionnelle et d'ouvrir des chambres d'hôtes. Donc voilà ça c'est un petit

peu le contexte. On a toujours voulu et depuis bien avant mis l'accent sur surtout ce qui était économie d'énergie et donc aujourd'hui on a d'abord une maison qui est bien isolée. Le chauffage c'est un chauffage sur une pompe à chaleur qui est connectée sur deux puits de forage. Cela veut dire que toute la maison est connectée à température identique et donc ce que j'explique à mes clients de temps en temps c'est qu'on ne sait pas aller mettre 22 degrés dans une chambre ce n'est pas possible. On a chaque fois entre 19,5 et 20,5. On ne descend pas en dessous et on ne monte pas dessus. Alors on a récupération de l'eau de pluie. On a donc comme je disais une maison super isolée. Au nord c'est tout du triple vitrage. Quoi vous dire d'autres au niveau du bâtiment. On a une ventilation double flux donc récupération d'énergie avec ventilation de toutes les pièces. Au niveau de l'exploitation on est parti maintenant sur un nettoyage sans savon. Donc on n'a pas de... On n'utilise plus de savon. On nettoie tout à l'eau. La prochaine étape ça va être de mettre un système de décalcarisations. Qu'on puisse vraiment passer à 100% au sans savon. Pour les draps on a un contrat avec une société qui utilise du savon écologique. Voilà donc ça c'est un petit peu la démarche dans laquelle on est.

Alors quels critères considérez-vous pour choisir vos partenaires (Fournisseurs, associations, intercommunales, fédérations sectorielles, partenaires, sponsors, ...)?

D'abord la proximité. On est très dans le réseau. Des partenaires on n'en a pas beaucoup donc en tout cas en tant que fournisseurs, des partenaires fournisseurs. Mais on a justement cette société de savon bio. Là on voulait vraiment quelque chose d'écologique et donc on est allés un peu plus loin pour trouver ce qu'on voulait. Sinon en général on travaille avec un traiteur local. On travaille plutôt local.

D'accord. Alors j'ai remarqué qu'Espace d'Or n'est pas sur le site de Wallonie Belgique tourisme ni sur le site de la maison du tourisme du Brabant wallon. Est-ce que cela veut dire que vous ne vous êtes pas déclaré auprès du commissariat général au tourisme ?

En effet. Parce que ça doit se faire. On va le faire mais voilà. On a lancé les deux premières chambres pour voir comment ça fonctionne. Parce que aussi on a 4 chambres d'hôtes mais on a aussi une activité de formation. Et donc on a une salle qu'on met à disposition pour les formations et donc là il y a une série de coachs qui viennent régulièrement et on donne des formations là. Et du coup c'est compliqué de se faire référencer à trop d'endroits différents, surtout quand on avait commencé on avait que deux chambres. Et donc on a fort joué la carte du professionnel et non pas du tourisme. Donc on se voyait plus comme professionnel et la clientèle c'était que du business. Maintenant depuis le 1er confinement on a ouvert nos deux chambres supplémentaires le jour du premier confinement. Et donc forcément on a été assez cassés dans notre élan et depuis on remarque un profil de clientèle tout à fait différent. Donc maintenant depuis la réouverture (le mois de mai - avril a été relativement mauvais), depuis le mois de mai, on a essentiellement du tourisme donc c'est tout récent. Et donc là on réfléchit justement à changer un tout petit peu notre fusil d'épaule et à changer un petit peu notre référencement du coup.

Oui parce que j'ai vu sur Booking que vous étiez sur ce site justement depuis 2017.

C'est en 2017 qu'on avait 2 chambres. En 2017 on avait nos deux premières chambres avec la salle. Et on bloquait les chambres car on ne savait pas louer la salle et les chambres. Vous voyez ? Et en fait sur Booking qu'est-ce qu'on avait comme type de client, on avait des gens qui venaient à des réunions dans le coin, à des séminaires, ... Et donc on se profilait plutôt comme hum.. Donc on a contacté des entreprises, on a essayé d'organiser enfin on a organisé des réunions ici fin on était plus profilés sur le business que sur le tourisme. Et on était que sur la plateforme Booking. Maintenant depuis un mois, courant du mois de juin, on s'est inscrit aussi sur AirBnb. Et donc oui on va faire les démarches maintenant pour être aussi référencés au niveau du tourisme wallon. Mais voilà c'est... Et pour le moment c'est plein, pour le moment ça marche très bien. Donc on est plus occupé à faire tourner le...Voilà.

Quels sont les acteurs qui contribuent à produire les services offerts aux clients ?

Bah c'est nous, mon épouse et moi. Et quand on a des séminaires on travaille avec un traiteur de la région de Limal.

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Bah en fait moi j'avais envie de vous demander d'abord - je vous réponds hein mais - pourquoi vous m'avez identifié comme point d'hébergement durable ?

Oui c'est difficile à savoir mais j'ai juste vu que votre bâtiment était éco-responsable. Mais de toute façon c'est aussi une question que je pose aux établissements non-durables. Je voulais aussi vous poser la question à vous si vous vous considérez comme durable ou pas ?

Oui tout à fait. En tout cas on est dans une démarche de durabilité oui. Alors un établissement durable est pour moi un établissement qui propose des services qui respectent d'une part l'environnement, qui respectent le voisinage et qui respectent le cadre dans lequel il est. Être durable à la campagne ce n'est pas tout à fait la même chose qu'être durable en ville par exemple. Et nous la durabilité comme on la voit c'est justement un gros point c'est le bâtiment. Par exemple pour les séminaires on fournit de l'eau pétillante et de l'eau plate. Au départ on n'a jamais fourni des bouteilles en plastiques - uniquement en verre. Et maintenant depuis peu on a une installation de filtration et de purification de l'eau et aussi pour faire de l'eau pétillante. C'est par des gestes comme ça qu'on s'engage dans la durabilité par rapport aux services qu'on offre à nos clients. On a aussi récemment on propose maintenant des savons fait maison par exemple dans nos salles de bain. Ça veut dire que ce sont des savons quand ils en restent ils sont retraités. On a forcément un tri de déchet dans les poubelles. On a aussi tout récemment fait l'acquisition de trois poules et maintenant pour ce qui est petit déjeuner donc le pain est fait maison, les œufs viennent de la maison, les confitures sont faites maison et donc tout est voilà c'est un peu... On ne propose pas de jus d'orange par exemple pour le petit déjeuner. On propose du jus de pomme et les pommes viennent de chez nous et de nos voisins donc c'est local. C'est pour ça que je dis ça dépend du cadre et d'où on est. Pour nous c'est accessible on se doit de le faire. Les chambres d'hôte à Bruxelles c'est normal qu'ils ne fassent pas du jus de

pomme avec leurs pommes parce que voilà pommier dans un appartement c'est compliqué. Voilà nous c'est comme ça qu'on voit la durabilité de l'exploitation.

Qu'est-ce que signifie pour vous l'écotourisme et est-ce que vous voyez une différence entre l'écotourisme et le tourisme durable ?

C'est une vaste question... Alors je pense que l'écotouriste.... je veux dire je pense qu'aujourd'hui chacun a le droit de voyager donc de faire du tourisme mais chacun a le devoir aussi de voir ce tourisme avec un œil d'éco responsable et donc ça veut dire de ne pas voyager trop loin ça veut dire au lieu de partir tous les ans en avion partir tous les 3 ans par exemple. Donc c'est ne pas s'interdire mais ne pas surconsommer en tout cas et ça chacun doit faire son propre bilan. Alors il y a des règles moi quand j'ai accueilli les gens bah euh s'ils sont ici donc c'est un choix qu'eux ont fait. Je ne sais pas comment ils sont arrivés mais nous on essaie d'aller dans le sens de l'éco-responsable. On a deux vélos pour le moment. On va en proposer plus à la location pour que les gens puissent se déplacer à vélo. On propose aussi (pour faciliter les gens qui prennent le train) des navettes entre la gare et chez nous donc voilà. Maintenant c'est compliqué de répondre à la question je trouve. Nous on propose une réflexion dans le produit qu'on offre. Maintenant c'est au touriste à être éco responsable aussi. Quand moi je voyage, j'active à ce moment-là mon éco responsabilité touristique. Voilà je ne sais pas si j'ai répondu un petit peu à votre question mais c'est une question qui concerne à la limite plus la personne qui voyage elle-même quoi.

Et donc est-ce que vos chambres d'hôtes ont toujours été dans une lignée durable ou est-ce que cela a été développé plus tard ? Et donc par durable, il y a la définition de l'Organisation Mondiale du Tourisme qui est que: "le tourisme durable est un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil".

Alors ça depuis le début l'éco responsable c'est un fil rouge. Depuis le début de la conception. Alors je me place plus dans l'éco responsabilité que dans l'écologie. On est dans un environnement, un cadre superbe au niveau environnement, mais j'ai plus une fibre de voir la globalité en effet. Maintenant .. On a été coupés. Donc voilà je.. Répétez encore un peu la question parce que j'ai l'impression qu'on s'égare un petit peu ?

Est-ce que vos chambres d'hôtes ont toujours été dans une lignée durable ou est-ce que cela a été développé plus tard ?

Non. C'est toujours. C'est toujours.

Quelles sont vos motivations à inscrire les chambres d'hôtes dans une démarche de développement durable ?

Bah disons que je ne dois pas me pousser beaucoup. Pour moi c'est un impératif. J'ai toujours travaillé dans tout ce qui était étude environnementale, étude d'incidence et aujourd'hui fin j'ai toujours baigné dans le contexte de la durabilité et de l'environnement donc pour moi c'est une évidence.

Lorsque vous avez lancé votre activité de chambre d'hôte dans une démarche de développement durable, quels sont les obstacles que vous avez rencontrés ?

Financier. Ça coûte quand même très cher. Ça coûte très cher et c'est pas...les investissements d'ordre durables et environnementaux ne sont pas des investissements qu'on peut reporter sur le coût, le prix d'une chambre. Un exemple : Ce n'est pas parce que on passe plus de temps à laver une chambre parce que on le fait sans savon mais à l'eau avec des loques avec des fibres différentes (on joue sur les fibres pour les surfaces), ce n'est pas parce qu'on passe plus de temps qu'on peut demander 5€ de plus. Par contre lorsque vous mettez un jacuzzi vous pouvez demander 10€ de plus la nuit. Vous voyez ? Le jacuzzi on ne peut pas dire que ce soit durable. Voilà. Donc il y a des choses qui sont vendables et d'autres pas vendables et en général tout ce qui est durable est difficilement vendable. Je ne dis pas que ce n'est pas vendable mais c'est très difficilement vendable.

Est-ce que vous pensez que les obstacles que vous avez rencontrés peuvent dissuader certaines personnes de se lancer dans une démarche de développement durable ?

Ah bah oui. Forcément. Evidemment. Et ici on a encore 1,2,3 projets typiquement orientés sur la durabilité et ce qui nous freine c'est le financement. Donc on ne sait pas quand on va le faire dans 2 ans dans 1 ans 2 ans 3 ans peut-être mais c'est le financement qui pose problème.

Ce serait quels projets précisément ?

Ah il y a un premier projet qui est de poser une toiture oui on a un bâtiment avec un grand toit plat. Essayer de poser une toiture verte sur le toit plat parce que la toiture verte va amener surtout en été une inertie thermique du bâtiment plus importante. Et donc ça va permettre d'amortir les vagues de chauds qu'on a de plus en plus souvent. Heu donc pour le moment on n'a pas de panneaux solaires. On voudrait faire un bâtiment un peu éloigné mais avec des panneaux solaires. On voudrait ajouter une borne électrique et comme je vous le disais on voudrait mettre un traitement d'eau anticalcaire.

Ok. Est-ce que vous connaissez les critères de tourisme durable de la Clé Verte ?

Non.

Je vais vous envoyer un lien. C'est dans la conversation. Je ne sais pas si vous trouvez, c'est un label tourisme durable.

D'accord. Ah voilà. Déjà l'enregistrement, c'est une très bonne chose en effet. Prévention..ouais..pas de souci..oui-oui.

Qu'est-ce que vous en pensez ?

Hum. Mais heu le premier point est très important en effet. Fin très importante si on veut aller dans une amélioration continue. Oui énergie ça..(Lit le lien) Comment vous préservez la biodiversité ? Comment un établissement comme le mien peut dire je préserve la biodiversité ? Alimentation et mobilité durable, oui ça c'est... mobilité pour les clients ou pour les gérants ?

Alimentation durable, je dirais que c'est pour proposer un petit déjeuner avec des produits locaux mais vous, vous faites tout maison donc ça va. Et mobilité durable, oui mettre à disposition des vélos et donner des informations sur les transports en commun....

D'accord. Ok. Oui. Oui ça c'est fait.. On n'est pas loin. On n'est vraiment pas loin. Oui vu la démarche qu'on a et ce qu'on fait ce n'est vraiment pas compliqué de l'avoir quoi. Mais voilà on n'a jamais..Voilà c'est bien d'avoir le lien.

Est-ce que vous envisageriez d'obtenir le label Clé Verte ?

Oui parce que quand je vois là il n'y a pas beaucoup d'efforts à faire. Il y a je vois uniquement l'enregistrement de la consommation d'eau et d'énergie. Quel est le rythme auquel eux préconisent. Vous voyez ce que je veux dire ? C'est d'avoir l'enregistrement tous les mois, tous les ans ? Parce que ça fait une différence. Je vous assure ça fait une différence. Donc voilà. Et puis tris déchet ce n'est pas un problème. Economie d'eau et d'énergie bah oui ce n'est pas un problème. Voilà on est passé au LED 100%. Je pense qu'il y a encore une ou deux lampes qui doivent trainer qui ne sont pas LED. On a des minuteurs dans les cages d'escaliers et dans tout ce qui est commun. Donc alimentation on avait vu,..information...ça il y a des choses à travailler là, information du client. La seule chose où on dialogue c'est l'information que vous avez eue sur notre site. Donc oui on est heu..Oui on pourrait faire les démarches. Et il faut dépenser pour avoir ce label ?

Oui vous avez les coûts en fonction de la taille de votre hébergement. Je pense que c'est 80€.

Ah oui. Et c'est la région wallonne qui gère ce label ?

C'est la fédération inter-environnement Wallonie qui s'occupe de ça.

Ah d'accord ok. Ah oui ! Et il y a une référence là sur le site, on peut les contacter ?

Oui.

D'accord. Je vais voir ça. Ça peut être une bonne idée.

Votre démarche responsable est-elle un point que vous mettez en avant vis-à-vis de vos clients ?

Pas assez.

Et quand ils viennent, est-ce que vous leur expliquez un peu ce que vous avez fait au niveau du bâtiment qui est éco-responsable ?

Très souvent, pas systématiquement. Certains ne sont pas intéressés, on le voit. Mais quand ils sont intéressés oui.

J'ai remarqué que vous ne mentionnez pas que vous êtes éco-responsable sur Booking ni TripAdvisor mais que sur Facebook. Pourquoi ?

Je vais dire ça à mon épouse, c'est elle qui s'occupe des communications (rires). Oui c'est une bonne remarque. Je pensais que sur Booking on en parlait aussi.

Est-ce que vous pensez que c'est un avantage d'intégrer le développement durable dans son activité touristique ?

Je pense que oui, à terme oui, oui tout à fait. Je pense que les personnes sont de plus en plus sensibles à ça. Et que donc à un certain moment ça risque de faire une différence. Mais c'est vrai qu'on ne communique pas encore assez et que ... Mais ça pourrait faire la différence oui. Et c'est plutôt à ça qu'on se prépare nous. On a vraiment un projet d'avoir quelque chose de vraiment tout à fait global fini. On a une vision assez claire de ce qu'on veut. Et il y a certainement encore les 3/4 projets dont je vous parlais qui doivent être fait avant de vraiment dire on est au bout.

Quels conseils pourriez-vous donner à des professionnels du tourisme traditionnel donc non durables qui souhaitent s'engager dans la voie du développement durable ?

Il faut y croire d'abord. Pour le reste non je ne sais pas. Conseil non parce que je n'ai pas la prétention d'avoir les conseils à donner. Je n'ai pas beaucoup d'expérience du secteur touristique. J'ai commencé ça puis voilà je rentre doucement dedans à l'aise. C'est une bonne question je ne sais pas trop. Je pense que pour ma part il faut que je fasse la démarche de me mettre sur le site de la Région wallonne et d'être référencé là. Oui voilà.

Pour finir, quelles sont les recommandations que vous feriez aux autorités de la région pour encourager le développement du tourisme durable dans le Brabant wallon ?

Je ne sais pas trop. Peut-être avoir des financements ou des... J'avoue que je n'y ai pas réfléchi. Pour ma part, je devrais d'abord me mettre sur le site de la Région wallonne et du Brabant wallon et d'être référencé là.

Pour finir comment voyez-vous l'avenir du tourisme durable ?

Comment je vois l'avenir du tourisme durable ? Je pense qu'aujourd'hui la Wallonie n'a pas le choix de jouer cette carte-là. Et de toute façon je pense que les sites touristiques qui ne veulent pas rentrer dedans sont voués à disparaître à terme. Donc c'est... Et là la région wallonne peut ... En fait c'est la région wallonne qui est acteur là-dedans. Parce que c'est eux qui peuvent donner les lignes directrices pour que les gens se sensibilisent à ça et que finalement l'offre wallonne pour les établissements soit pratiquement exclusivement durable. Donc voilà. Il y a

beaucoup d'éducation à faire. Et ça c'est typiquement à la région wallonne de faire. C'est pas à moi d'éduquer les clients, fin les touristes. Une fois qu'ils sont ici c'est trop tard.

Jean-François Le Borne – Gîte des Bruyères

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Oui donc ma femme et moi avons racheté une vieille ferme il y a 6, 7 ans pas loin de chez nous. Ma femme avait eu un coup de cœur pour cette ferme et donc on l'a entièrement rénové. On a décidé à ce moment-là d'en faire un gîte. C'était facile, ce n'était pas loin de chez nous et euh ben en Brabant wallon il n'y en a pas beaucoup de gîtes donc voilà on trouvait que c'était une bonne opportunité. Moi je ne travaille plus. Donc on avait le temps de s'en occuper. Ça fait maintenant 5 ans que c'est ouvert.

Quels critères considérez-vous lors du choix de vos partenaires ?

La fédération sectorielle, on s'est tout de suite inscrit aux gîtes de Wallonie parce que ça nous semblait évident vu qu'on est en Wallonie. Donc voilà, ils étaient prêts à nous donner toutes les informations pour les démarches avec le CGT et cetera, pour les primes. Alors pour les fournisseurs d'énergie, j'ai pris Lampiris (l'électricité verte). Alors pour tous les travaux de rénovation, là on a essayé déjà de prendre des entreprises de la région ça, ça nous tenait à cœur de prendre des petites entreprises de la région. Ça c'était déjà un critère. Donc on a eu une entreprise de Bruxelles et une de Tirlemont mais je pense que c'était les plus loin voilà.

Quels sont les acteurs qui contribuent à produire le service offert aux clients ?

C'est nous deux pour parler de l'accueil et cetera oui donc c'est ma femme et moi.

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Ah mais pour moi le tourisme durable, c'est certainement un tourisme beaucoup plus local et pas besoin d'aller courir au bout du monde. Il y a tellement de choses à voir déjà en Belgique et on l'a vu avec la crise sanitaire, ça a donné l'occasion aux gens de rester en Belgique et je pense qu'ils ont bien apprécié. C'était très positif je pense donc voilà. Pour moi, le tourisme durable c'est le local et qui a le moins d'impact possible sur l'environnement. Pour moi courir en avion pour aller euh se mettre au bord d'une piscine en Turquie pour moi c'est complètement stupide mais bon voilà.

Qu'est-ce qu'il signifie pour vous l'écotourisme. Et est-ce que vous voyez une différence entre l'écotourisme et le tourisme durable ?

Mais là je vois pas très bien la nuance entre les deux.

Est-ce que votre gîte a toujours été dans un milieu durable ou est-ce que cela a été développé plus tard ?

On l'a toujours été. On l'a toujours été et depuis le début on a pensé déjà par le choix des matériaux, le choix des entreprises, donc on a tout essayé de faire local et de matériaux durables qu'on a mis. Du plafonnage à l'argile ben ce n'est pas par hasard voilà. Et le choix aussi des moyens de chauffage donc on a essayé de travailler au maximum avec de l'énergie renouvelable donc oui ça a été pensé comme ça.

Pouvez me citer plus précisément des actions durables que vous avez mis en place ?

Oui, notre gîte est très bien isolée. On a le label B donc pour le certificat PEB (qui évalue la Performance Énergétique des Bâtiments). Venant d'une vieille ferme en pierres qui était G+ donc là on a fait un très gros effort là-dessus. Oui par exemple en toiture, on a une isolation de 30 cm de cellulose donc là aussi l'intérieur est naturel. Donc oui ça, on a été très attentif là-dessus. On a aussi bien sûr des poubelles sélectives dans le gîte. On utilise des produits de nettoyage écologiques peut-être pas tout mais oui les produits pour le sol et cetera oui. On met à disposition des savons pousse-pousse ou du gel douche. Euh c'est du savon de Marseille à l'huile d'olive. Mais c'est pas marqué bio dessus eux ils n'ont pas le label. Pourtant quand on voit la composition mais voilà donc là non c'est pas marqué dessus mais pour moi ça l'est. C'est comme les produits de nettoyage, on utilise du Panama c'est un produit complètement biodégradable mais ils n'ont pas le label bio. Et je leur ai posé la question, ils m'ont dit non, on ne on ne le demande pas parce que ça coûte trop cher. On utilise aucun produit toxique pour le jardin. On a dès le départ, mis un débit réduit pour la douche et les robinets. D'ailleurs, je les ai contrôlé il y a pas longtemps et ils sont bons. On est à 9 ou 10 litres pour la douche et les robinets on a moins de 6 litres. Donc les charges de wc sont déjà à double commande. Donc on a tout fait dans ce sens-là et parfois involontairement mais bon. Alors je n'ai pas de citerne d'eau de pluie et on en a pas mis par manque de place dans le jardin c'est un peu compliqué à faire. Pour les panneaux solaires, le bâtiment n'est pas exposé correctement du meilleur côté. Il y a les arbres du voisin qui font de l'ombre sur le toit donc malheureusement c'est pas possible sinon je l'aurais fait. Je l'ai fait chez moi. Le chauffage de tout le bâtiment et de l'eau chaude sanitaire est par pompe à chaleur donc c'est un chauffage par le sol avec une pompe à chaleur air eau. On a directement mis des lampes LED, elles sont toutes 100%. Nous avons 2 vélos sur place à disposition des clients et on est bienvenue vélo. Pour la mobilité durable, les transports publics sont pas tout près. Mais c'est vrai que pourrais mettre ben déjà signaler les arrêts de bus et les horaires. Là pour l'instant ça c'est un point qui n'a pas encore été fait.

Quelles sont vos motivations à inscrire le gîte dans une démarche de développement durable ?

On l'a fait par intérêt personnel. Je ne pensais pas du tout à un label à l'époque. C'était pour moi... c'était évident qu'il fallait aller dans ce sens-là. Donc les motivations, je les ai toujours eu enfin dans le sens du bâtiment. Maintenant oui dans le sens social aussi parce qu'on a pris des entreprises locales donc dans ce sens-là ça c'était déjà notre objectif au départ. On

aime bien travailler avec des gens locaux. D'ailleurs il y en a qui sont à côté du village, à 5 km donc euh et il y en a plusieurs comme ça c'était déjà nos objectifs au départ. Alors on a pas de partenariat avec des entreprises locales mais on a pas vraiment le besoin. Bon après notre chantier. Dans l'activité de tous les jours, on a pas de partenariat local.

Lorsque vous avez lancé votre gîte dans une démarche de développement durable, quels sont les obstacles/freins que vous avez rencontrés ?

Je n'ai eu aucun obstacle ou frein.

Est-ce que vous pensez que les freins que vous avez rencontrés peuvent dissuader certaines personnes de se lancer dans une démarche développement durable ?

Non, bon peut être que oui il y a peut-être un frein financier parce que bon ça me coûte un peu plus cher surtout en rénovation. Bon quand il faut aller mettre 30 cm d'isolant en toiture, c'est pas évident. C'est un surcoût c'est certain mais bon on le regagne après alors en confort et certainement en dépense énergétique.

Quelles sont les difficultés que vous rencontrez aujourd'hui (en lien avec le développement durable) ?

Le permis environnement pour la Clé Verte, c'est ma principale difficulté. Le reste non je pense que c'est gérable. Bon il y a des points à améliorer mais c'est plus dans les côtés d'information parce que c'est pas fait. Mais bon ce n'est que des documents à la limite à mettre à disposition donc ça c'est pas très grave.

Est-ce que vous connaissiez les critères de tourisme durable de la Clé Verte ?

Euh non. Je l'ai connu suite à une information proposée par les gîtes de Wallonie. Il y a 3,4 ans j'avais été à une information à Namur. Et là je me suis dit c'est pas possible les critères c'est pas fait pour nous, c'était très décourageant. Et je pense que la grille a été simplifiée déjà et bah du coup ça correspond déjà mieux aux besoins d'un gîte. Avant, c'était pas possible. Il y avait beaucoup trop de critères. Je me souviens bien oui ça m'a découragé complètement. On avait abandonné. Et puis donc récemment euh il y a de nouveau eu une séance d'information et j'avais appris qu'il y avait une nouvelle grille donc j'ai quand même regardé et de fait là je pourrais rentrer dedans. Il me manque pas grand-chose à part le permis d'environnement. Je vous explique en deux mots. Il y a pas d'égouts dans la rue. Il est prévu alors on a fait les travaux. Il y avait une fosse septique et on a remplacé la fosse septique pour une station d'épuration donc qui donne des résultats bien meilleurs que la fosse. Mais on avait pas demandé de permis d'environnement pour la placer en sachant qu'on pouvait se raccorder à l'égout un peu plus tard. Bon maintenant ici à la commune dans le cadre de Green Key, j'ai demandé si je pouvais faire la déclaration d'environnement de classe trois. Il me demande ce que j'ai comme traitement des eaux donc je lui dis bah voilà on a eu une fosse septique puis on a remplacé par la station d'épuration. Ah oui alors il faut un classe deux. Et en fait là il m'a

vraiment déconseillé de le demander à la SPGE. Il m'a dit si vous le demandez et que vous avez pas demandé d'autorisation, on va vous dire de remettre dans l'état où c'était. J'ai dit mais enfin c'est absurde! Et bah si, surtout ne le demandez pas. Donc voilà je suis coincé. Et à la commune ils m'ont dit attendez qu'on place l'égout et vous pouvez vous raccorder et puis voilà ce sera en ordre. Donc voilà je suis coincé avec ça. C'est idiot, complètement idiot. Mais c'est administratif on va dire, voilà.

Que pensez-vous de ces critères ?

Mais il y en a qui sont trop restrictifs je trouve. Euh je prends l'exemple, on a réservé il y a 6 ans on va dire et à la question nonante-cinq tous les critères pour mars c'est 0 parce que c'est plus de 5 ans et c'est 18 points. Dans tous les critères de rénovation et de décoration et cetera, il faut que ça soit moins de 5 ans. Donc je parle changer donc de peinture, ah oui euh le mobilier. Pour le coup la plupart de nos meubles c'est des meubles qu'on a acheté en second main ou troc. Mais je vais pas aller en racheter! Mais oui ça fait 5 ans qu'ils sont là. Mais voilà ça on me demande mais je peux pas tous les changer. Donc là c'est un critère complètement restrictif, stupide pour moi. Donc moi avec ça, je correspond pas voilà. J'ai pas assez de points.

Quelles sont vos motivations d'obtenir le label Clé Verte ?

Ah déjà, je pense qu'on les complète déjà pas mal. Et donc avoir le label Green Key, c'est valoriser ce qu'on a fait (je dis pas valoriser financièrement) mais c'est plutôt mettre en évidence ou une reconnaissance de ce qu'on a fait voilà. C'est une mise en évidence de l'effort qu'on a fait. Bon voilà, je pense qu'on va... tout le monde est dans ce sens-là maintenant. On espère. Mais depuis 5 ans, je remarque que les gens sont quand même plus attentifs à ça ben entre autres donc les tris sélectifs au début c'était un peu pénible et je trouve que maintenant les gens il y a plus de problème voilà. Nos clients s'intéressent mais aux matériaux qu'on a utilisé donc là tout le plafonnage est en argile, en général oui je trouve que l'isolation, le chauffage, il y en a qui s'intéresse et plus qu'avant.

Mais ils viennent pas dans votre hébergement parce que vous êtes durable ?

Ah bah non. Moi j'ai pas mis en évidence qu'on était durable.

Et pourquoi vous mettez pas en avant votre démarche responsable vis-à-vis de vos clients ?

Parce que ça m'est pas venu à l'idée. Mais c'est vrai qu'on pourrait le mettre sur notre site, un paragraphe sur ce sujet-là.

Est-ce que vous pensez que c'est un avantage d'intégrer le développement durable dans son activité touristique?

Aujourd'hui je sais pas, peut-être dans le futur sans doute. Je pense que les gens vont être de plus en plus attentifs. Mais de là à dire qu'il vienne chez moi parce que c'est durable, là j'ai encore un doute.

Quels conseils pourriez-vous donner à des professionnels du tourisme traditionnel (non durable) qui souhaitent s'engager dans la voie du développement durable ?

Ah déjà faire une première évaluation parce que peut-être l'effort à faire est énorme et c'est pas possible. Maintenant oui ça peut se faire petit à petit mais quand ça nécessite des gros travaux d'investissement d'isolation des choses comme ça, je pense que ça c'est un peu plus compliqué. Nous bon comme c'était une grosse rénovation mais c'était plus facile à mettre en œuvre directement. L'information au client ben oui c'est pas compliqué à mettre en place. On pourrait déjà le faire d'office.

Quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du Tourisme de la Province du Brabant wallon pour encourager le développement du tourisme durable dans le Brabant wallon ?

Euh oui je ne sais pas. Pour prendre mon exemple à moi peut-être que j'aurais bien aimé avoir un soutien individuel pour correspondre aux critères de la grille Green Key euh voilà. Donc voilà pour mon problème administratif et me dire ben non c'est pas possible donc tant pis ou bien m'aider dans les démarches.

Pour finir, comment voyez-vous l'avenir du tourisme durable ?

Ah mais je pense que c'est quelque chose qui va se développer de plus en plus. Je pense voilà bah déjà l'année passée et cette année-ci, les gens sont partis moins loin. Ils sont plus restés en Belgique par obligation mais je pense qu'ils ont apprécié donc voilà. Notre gîte a été un grand succès en 2020 et particulièrement cette année-ci, je pense que ça va être ma meilleure année. Mais voilà c'est tous des gens satisfaits. Avant notre clientèle et en général, ils étaient relativement proches (maximum 3-400 km). Voilà donc ils viennent en voiture. C'est jamais des gens qui viennent en avion. Cet été, c'était au mois de mai je pense, j'ai eu mes premiers cyclistes en vélo. Voilà ça c'était pas mal déjà. Il savait qu'on était Bienvenue Vélo. Ils avaient fait train puis vélo donc finalement ils s'étaient débrouillés. Mais voilà c'est des jeunes qui n'avaient pas de voiture. Et donc voilà j'étais content d'avoir quand même une fois des cyclistes. On a obtenu le label Bienvenue Vélo il y a 4 ans. C'était relativement après le début parce que bon on avait déjà une dépendance donc le local tout à fait adapté pour ça. Et donc finalement l'investissement c'est minime donc ça c'était assez facile à mettre en œuvre comme ça je le dis presque tout le monde pourrait le faire. Et la maison du tourisme qui met en évidence les logements du Brabant wallon mais je trouve qu'ils l'ont quand même bien fait avec leur promotion une nuit payée une nuit offerte. ça a super bien fonctionné pour nous donc ça c'était une très belle promotion. Ils ont commencé au mois d'août 2020 et ça se termine en 2021 donc c'était sur une très longue période et alors ça a été très positif.

Laetita Dangoisse – Gertrude & Friends

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Oui euh donc le gîte il s'appelle Gertrude and Friends. C'est un gîte qui est basé dans le Brabant wallon, donc du côté entre Jodoigne et Hélécinne, à Piétrain exactement, donc en pleine campagne. C'est un gîte que nous avons ouvert cette année, donc depuis le début de l'année 2021. Pourquoi ? Parce que c'était sur base d'une motivation personnelle, dans le sens qu'on voulait vraiment avoir un projet de famille. On s'est installé dans la région, il y a plus de 15 ans, et on trouvait que c'est une région qui est assez méconnue, pas assez touristique, qui commencent seulement à l'être et on sentait aussi enfin, on a pas mal d'amis et de famille qui habite à l'étranger et donc on trouve aussi que quand on voulait loger les gens dans la région, c'était pas toujours évident. Donc voilà, on voulait avoir vraiment un projet de famille et donc on a ouvert le gîte il y a quelques mois.

Quels critères considérez-vous lors du choix de vos partenaires ?

Donc nous mais c'est par choix personnel. Je veux dire déjà dans notre maison et dans notre vie au quotidien, on est très fort sur la consommation locale. Donc dans la mesure du possible, on essaie toujours d'aller chercher des fournisseurs, des partenaires, des hommes de métiers, des artisans, basés au niveau local donc, soit au niveau des achats durables dans le sens les meubles et cetera, le mobilier, ou que ce soit au niveau des consommations quotidiennes (bières, vins, et cetera). Donc, on essaie toujours de privilégier vraiment l'achat local, la production locale.

Et j'ai vu aussi que vous travaillez avec les gîtes de Wallonie, pourquoi cette décision ?

Parce que comme on se lançait, qu'on n'avait pas beaucoup d'expérience là-dedans, on espérait avec les Gîtes de Wallonie d'avoir un peu de support et d'aide pour pouvoir avoir accès plus facilement aux autorisations et à toute une série de conseils avisés. C'est pas vraiment le cas, il faut être honnête, je vois pas vraiment à quoi ils servent, mais bon. Donc voilà.

Quels sont les acteurs qui contribuent à produire le service offert à vos clients ?

Forcément nous. C'est nous qui s'assurons que le gîte soit propre, désinfecté, les lits faits, les draps, les essuies et cetera. Tout près, la maison, le jardin entretenu et cetera. Mais après, on a aussi pas mal de relations avec les acteurs touristiques de la région que ce soit l'office du tourisme de Jodoigne ou que ce soit par exemple le Château d'Hélécinne (on est très près du château d'Hélécinne) qui organise une foule d'activités de façon quotidienne et donc qui est un fort attrait touristique pour le gîte. Donc on travaille avec les acteurs locaux. Après on a aussi les producteurs de produits locaux, nous on travaille pas avec les données périssables, on travaille avec tous les producteurs qui peuvent fournir des denrées ou des aliments qui sont minimum avec une date de minimum 3 mois de péremption parce qu'on a cette autorisation-là au niveau de l'AFSCA. Mais on propose au gîte toute une série de bière, de vin, de chips, champagne, méthode Champenoise, mais aussi des savons, des produits locaux qui sont fournis

ou produits dans la région. Ça c'est vraiment pour nous important aussi de permettre aux autres de découvrir facilement comme ça tout ce qui est produit actuellement dans le coin.

D'accord. J'ai vu que le gîte est sur destination BW mais pas sur VisitWallonia. Comment ça se fait ?

Je sais pas. Je vous avoue que les 36 millions niveaux de pouvoirs et les différentes autorisations à droite et à gauche, c'est un parcours du combattant. Pourtant je suis déclaré au CGT.

Et alors, pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Oui, tout à fait. Ah donc, pour moi, c'est vraiment essayer de s'ancrer dans un système qui permet d'avoir un impact le plus neutre possible sur l'environnement, alors que ce soit l'environnement, l'écologie, mais que c'est aussi l'environnement de voisinage respectueux des voisins, respectueux du bruit et respectueuse des agriculteurs. Tout ça donc, c'est vraiment le fait de fournir ou de proposer quelque chose qui se veut ancrer dans le local avec une vocation d'éviter une utilisation excessive des denrées non reproductibles donc avoir un impact sur son milieu, qui est le plus faible possible.

OK, et qu'est-ce que signifie pour vous l'écotourisme ? Et est-ce que vous voyez une différence entre l'écotourisme et le tourisme durable ?

Oui, pour moi, l'écotourisme, c'est attirer du public ou des hôtes, ou des clients sur une destination en provoquant ou en utilisant l'encadrement qui est destiné... donc je vais avoir un lodge au milieu de l'Afrique pour moi c'est de l'écotourisme. Donc c'est vraiment utiliser une localisation qui est bien spécifique et faire en sorte que je vais utiliser les acteurs locaux. Donc il y a plein de choses qui sont semblables, mais pour moi le fondement est différent. L'écotourisme, c'est utilisé pour faire venir à un endroit et rendre tout ça le plus durable possible. Mais c'est l'attrait en soi. Tandis que le tourisme durable pour moi peut s'appliquer à n'importe quel endroit, même si vous êtes au milieu de la ville, vous allez pas pouvoir faire de l'écotourisme, mais vous pouvez avoir un tourisme qui se veut durable et respectueuse de son environnement et avec le moins de d'utilisation de consommation à court terme des ressources naturelles.

Et est-ce que votre gîte a toujours été dans une lignée durable ou est-ce que cela a été développé plus tard ?

Nous le gîte est assez nouveau. Comme je l'ai dit, pour moi le côté durable, c'est quelque chose qui fait partie de nos valeurs, donc intrinsèque en terme de famille. Donc c'est déjà quelque chose qu'on applique au quotidien à la maison. Et donc quand on a développé le gîte, forcément, c'était tout à fait logique pour nous d'essayer de rendre le gîte le plus durable possible, ou du moins la consommation autour du gîte, dans le choix des fournisseurs, et cetera. Donc ça a

toujours été par rapport au gîte, mais on est loin d'être parfait et on est loin d'être nickel par rapport à tout ce qu'on propose. On essaye à chaque élément d'avoir une réflexion en se disant, comment est-ce qu'on peut avoir une empreinte ou un impact sur le milieu qui est le plus faible possible ?

Et est-ce que pour vous pouvez me citer des pratiques durables pour vous faites ou que vous avez mise en place ? Vous m'avez parlé dans votre e-mail du tri des déchets, de la promotion de 0 déchets et de la mise en avant des produits locaux, est ce que il y a d'autres choses.

Oui donc on a déjà rénovée le gîte, on a travaillé énormément sur le côté récupération. Donc il y a un an, à part évidemment la literie ou les aspects qui sont vraiment très importants à ce niveau-là, mais par exemple tout ce qui est mobilier, on a beaucoup travaillé avec soit des choses qu'on avait déjà, soit de la brocante, de la ressource vie en décapant en aménageant, en mettant une couche de peinture pour avoir quelque chose qui est agréable et cosy, et vraiment sympa. Et au niveau de la décoration, mais on a vraiment travaillé un maximum avec des éléments existants, donc de récupération. Voilà, c'est justement parce qu'on voulait pas arriver dans un système avec un gîte Ikea où on prend dans le magasin et on équipe tout de A à Z comme ça. On voulait vraiment y apporter une touche personnelle, mais aussi on voulait pas arriver dans un système de surconsommation. On travaille avec la main d'œuvre locale. Là on vient de faire le portail, donc on a travaillé avec un ferrier local. Alors oui, ça coûte beaucoup plus cher, mais voilà, c'est un choix aussi qu'on fait. Quand on a choisi nos fournisseurs d'électricité, bon on travaille avec Bolt (un nouveau fournisseur d'énergie durable sur le marché belge), on a pas de panneaux solaires mais on travaille avec Bolt qui est vraiment un fournisseur local et vert et qui produit notre électricité. Pour le tri des déchets, mais ça va un peu plus loin puisque nous, on a fait le choix aussi de proposer aux autres de récupérer tous les déchets. On s'occupe nous-mêmes de l'apporter aux containers parce qu'on s'est rendu compte, aussi non pour les hôtes, c'était là, ils font attention 2 jours, 3 jours, et au moment où ils partent, ils prennent la poubelle et ils mettent tous dedans parce qu'ils n'ont pas envie durant leurs vacances de devoir commencer à courir à droite et à gauche ou à garder le tri. Donc on s'occupe de récupérer tous leurs déchets et nous on s'occupe du tri pour faciliter la vie des hôtes mais aussi pour éviter ce côté fin de vacances. Les artisans locaux donc on a une épicerie qu'on a mis en libre service dans le gîte, qui permet aux hôtes de consommer des produits locaux sans devoir de nouveau courir à droite à gauche. Alors ça évite forcément de devoir faire déplacer des voitures pour deux bières mais aussi donc il y a une notion d'écologie derrière ça, mais aussi de donner la facilité aux hôtes, mais aussi tout ce qui est à parfums d'intérieur par exemple, des savons et cetera, on travaille avec des artisans locaux. Euh zéro déchet aussi, on a des poules, on a un compost donc on essaie vraiment de favoriser ce côté-là. On propose dans la petite épicerie aussi des produits qui sont pas spécialement des produits locaux mais qui permettent de limiter les déchets du style du lait dans des bouteilles en verre pour essayer d'encourager cet aspect-là. On a des essuie-tout réutilisables, donc on prend la peine de laver, et cetera pour éviter aussi, cette surconsommation. On produit notre lessive nous-mêmes, donc tous les draps et cetera sont lavés avec de la lessive bio qu'on fait nous-mêmes donc qui évite aussi la surconsommation de PMC, de produits tout ça. Et puis on a fait le choix aussi d'investir dans

par exemple des tentures isolantes ou des stores isolants pour éviter de devoir mettre de l'air-co par exemple dans la maison. Au niveau des transports, on ne met pas pour le moment à disposition des vélos, mais on a un abri protégé pour les gens qui ont des vélos. Pour les informations et horaires pour les transports publics, on est en pleine campagne donc c'est vraiment pas évident d'en bénéficier. Donc oui, il y a les informations mais il n'y a que deux bus par jour quoi donc c'est pas l'idéal. Maintenant, on fournit vraiment toutes les informations au niveau des points-nœuds donc pour permettre des balades à vélo. On fournit les informations au niveau des commerces locaux, on fournit un emplacement pour placer des vélos pour ceux qui le souhaitent. On a, oui, tout ce qui est aussi marche.

Quelles sont vos motivations à inscrire votre gîte dans une démarche de développement durable ?

Comme j'ai dit, pour nous, ça fait partie de notre quotidien, donc c'est vraiment la façon dont on vit au quotidien et donc ça nous semblait tout à fait logique de proposer ce genre de démarche ou d'avoir cette même démarche par rapport au gîte. Ça nous aurait semblé complètement... pas en ligne avec nos valeurs de faire attention au quotidien dans notre maison, avec nos enfants (on a 4 enfants), donc on fait vraiment attention à ce niveau-là et en parallèle, proposer une activité touristique qui serait hyper polluante ou bruyante ou pas respectueuse, par exemple du voisinage.

Et lorsque vous avez lancé votre gîte dans une démarche de développement durable, quels sont les obstacles que vous avez rencontrés ?

Alors, il y a 2 choses. Il y a le fait le choix ou les éléments qu'on a choisi d'inscrire dans le développement durable. Parce que comme j'ai dit, on est loin d'être parfait. Il y a encore plein de choses qui peuvent être faites. Je pense que les freins sont principalement les hôtes qui sont pas... aujourd'hui je pense que la clientèle n'est pas prête à faire un effort durant ses vacances et oui, on constate que malgré qu'on a des gens qui viennent et qui choisissent un gîte en pleine campagne, ils vont au Delhaize du coin acheter des produits tout faits dans des barquettes en plastique et ça remplit les poubelles comme ça, et ça c'est quelque chose... nous on a pas d'impact là-dessus. On va pouvoir leur dire, alors vous venez chez nous, vous pouvez pas acheter du tout fait. Donc c'est clair que je pense qu'il y a encore beaucoup de travail à faire au niveau de la conscience collective, du fait que bon, une fois que je suis en vacances, tout me passe par dessus la tête et je fais ce que je veux comme je veux. Donc ça pour moi c'est le principal obstacle. C'est la mentalité ou la culture sur lequel on a peu malheureusement d'influence. On peut proposer, on peut essayer d'éduquer mais c'est pas notre rôle de jouer à fin, d'aller plus loin là dedans. Après, il y a toutes les démarches qui peuvent être liées au quotidien. Par exemple, je vais prendre un exemple tout concret les Gîtes de Wallonie. Bah il faut remplir des documents et ça pour tout et pour rien. Vous avez plein de documents mais on fait pas l'effort de vous envoyer les documents en version digitale que vous pouvez remplir. Non, on vous envoie un PDF que vous devez imprimer, que vous devez signer. Que vous devez scanner, que vous devez envoyer. Alors consommation écologique là-dedans, je comprends pas trop quoi, alors que déjà en terme de temps c'est absolument ridicule

parce que ça nous prend trente minutes pour remplir les documents alors qu'on pourrait en prendre trois mais en plus écologiquement ou au niveau de la durabilité ça n'a pas de sens pour moi d'envoyer un document digital pour les faire imprimer pour les faire scanner pour les renvoyer, alors qu'il y a des situations ou des solutions aujourd'hui qui permettent de travailler tous des documents en mode digital avec des PDF, avec des filtres à remplir, avec des systèmes de scan ou de signatures en ligne. Donc ils pourraient aussi faire un petit effort et quand je parle des Gîtes de Wallonie, c'est la même chose pour le CGT, pour les offices du tourisme, pour la moindre démarche administrative, tout doit être, imprimer, signer, scanner. C'est hyper lourd et pas du tout durable sur le coup. Donc je pense que même enfin, les administrations elles-mêmes ont un travail vraiment à faire pour nous aider à pouvoir être en ligne avec nos valeurs, parce que là c'est un vrai point bloquant et sur lequel de nouveau on peut juste... j'ai encore envoyé un mail aux Gîtes de Wallonie il y a une semaine à ce niveau-là en disant 'mais vous nous proposez un label Clé Verte à côté et vous nous envoyez tous les documents à imprimer de l'autre. Est-ce qu'il y a pas un manque de logique dans votre démarche ?' Et puis globalement, enfin, tout ce qui est lourdeur administrative, vous dites, vous me posez la question, pourquoi est-ce qu'on n'est pas sûr Wallonie tourisme ? Je sais pas vous répondre. Chaque fois, tous les éléments dépendent de pleins de services, pleins de niveaux, pleins de niveaux de pouvoir différents avec un manque de clarté qui est assez hallucinante, donc c'est vraiment compliqué. Nous, c'est pas notre boulot à temps plein. On a chacun un boulot à côté. C'est vraiment compliqué d'être accompagné correctement.

Et est-ce que vous comptez développer plus tard, plus de choses durables ?

Oui je pense que oui, parce que enfin pour moi, dans ma philosophie, c'est que chaque geste compte et donc chaque fois qu'on peut avoir la possibilité de faire un nouvel investissement, qu'on doit réaliser des travaux par exemple sur la maison ou autre, chaque fois ils vont être réalisés dans une démarche durable. Par contre, moi je suis tout à fait contre le côté culpabilisation ou le côté il faut jeter quelque chose pour être plus durable parce que je trouve qu'on a aussi de nouveau quelque chose qui n'est pas logique. Je vais prendre l'exemple du gîte, toute la maison a du double vitrage, a été super isolé parce que c'est la partie où habitent et où il y a des locataires. Mais par exemple on a une dépendance dans lequel il y a la citerne à mazout et la chaudière. Mais cette dépendance-là, elle est pas isolée et donc ils considèrent que au niveau PEB on n'est pas bon mais parce qu'il y a une pièce pas isolée voilà. Moi si je dois investir, c'est pas là-dedans que je vais aller investir. Par contre, oui, peut-être qu'on va mettre un jour des panneaux solaires, peut-être que si on doit refaire les égouttages, on mettra une citerne d'eau de pluie, mais on va pas maintenant tout casser pour rendre le gîte complètement durable parce que ça se fait par étapes.

Et est-ce que vous avez réduit les débits d'eau dans les douches et les robinets ?

Donc il y a des pommeaux de douche écologiques. Mais ça de nouveau il faut trouver la balance. On n'est pas un écolodge au milieu de l'Afrique où les gens acceptent d'avoir une sorte de pipi de chat. Il faut toujours trouver le juste milieu. Comme je l'ai dit, là, la population n'est pas prête à faire des sacrifices ou pas. En une majorité de la population n'est pas prête à faire

des sacrifices pendant ses congés ou ses vacances. Donc il faut qu'on trouve toujours le juste milieu entre essayer d'éviter d'avoir trop d'empreintes sur son environnement et développer une activité qui se veut être rentable à un moment donné donc de devoir pouvoir attirer des gens et qu'ils soient contents par rapport à la qualité du logement ou du service qu'ils reçoivent.

Pensez-vous que les obstacles que vous avez rencontrés peuvent dissuader certaines personnes de se lancer dans une démarche de développement durable ?

Euh oui je pense. Si j'en discute avec des amis ou des collègues qui ont des gîtes, il y en a plein qui sont même pas affiliés à la CGT parce que c'est beaucoup trop complexe. Mais bon forcément s'ils sont pas affiliés à la CGT, c'est pas pour aller commencer à faire des labels Clé Verte qui sont encore plus rigides et encore plus inflexibles. Donc moi je pense que oui. Je pense que malheureusement à force d'être trop rigide, trop complexe et trop administratif, on rebute les personnes à essayer de faire mieux. Comme je vous l'ai dit, pour moi le vrai succès de l'écologie ou de la durabilité c'est d'encourager chaque petit geste et c'est pas de culpabiliser parce qu'on n'est pas parfait, parce que alors bah les gens disent 'ok bah alors je fais rien' et donc par contre si on arrive à encourager chaque petit geste pour ce qu'il apporte et que chacun fait son petit geste supplémentaire tous les jours, ben finalement, euh tous ensemble, on fait quelque chose de bien.

Et eux, quelles sont les difficultés que vous rencontrez aujourd'hui ? (En lien avec développement durable).

Comme je l'ai dit, un client pas prêt selon moi. Et alors pour moi, pas assez d'accompagnement du niveau des pouvoirs organisationnels pour vraiment nous aider. On demande aux propriétaires de gîtes de prendre tout sur leur tête en fait. C'est très compliqué d'avoir des aides, c'est très compliqué d'avoir des subsides. Si on me dit demain on finance avec toi les panneaux solaires, mais je dirais oui. Mais si on dit, mais pour faire ça, il va te falloir quarante heures de travail administratif, de preuves, puis qu'on va taxer en plus là. Et donc pour les panneaux solaires, c'est un frein financier et en plus administratif. Il faut que ce soit rentable. Faut vraiment enfin un moment donné, il faut quand même que les gens comprennent qu'on fait pas un gîte juste pour s'amuser, s'occuper le week-end. C'est quelque chose qui est coûteux, qui demande un sacré investissement de départ, hein, faut acheter une maison, faut l'équiper complètement, donc équiper complètement une maison mais c'est très coûteux aussi. Les clients abîment forts et abîment régulièrement, donc, il faut entretenir tout ça. La fiscalité ne nous aide pas, donc on est énormément taxé sur la partie gîte et ben forcément si on va compter le nombre d'heures qu'on passe à tenir un gîte, c'est pas du tout rentable donc c'est parce qu'on paye pas nos heures qu'on arrive à s'en sortir un petit peu. Mais donc si en plus de ça on doit commencer à prendre des jours et des jours et des jours de congé pour remplir des formulaires et en plus qu'on doit encore sortir de l'argent de notre poche pour aller mettre des panneaux solaires, avec des choses qu'on pourra jamais répercuter sur nos locations, jamais. Ça, c'est vraiment un frein important. Mais donc si je pourrais résumer ça en un mot, ce serait le frein d'argent, rentabilité, pas de demandes de la part du public (donc ça n'aide pas, ce n'est pas un avantage) et rigidité parce que parfois on fait beaucoup d'efforts pour finalement

retourner... je sais pas si vous fin oui je suppose que vous avez lu les critères pour être Clé Verte. Oui, si vous êtes un hôtel à La Hulpe et vous avez une équipe de 25 personnes qui travaillent pour vous et que vous avez une équipe dédiée pour ce genre de dossier et que vous avez des bâtiments qui sont modernes et nouveaux, très bien. Quand vous avez un gîte rural ou pour être gîte rural, on vous impose d'avoir une ancienne maison retapée et cetera et puis qu'on voit les critères qu'on met pour la Clé Verte, c'est juste pas possible, on sait pas suivre, c'est pas possible.

Et justement en parlant de Clé Verte. Est-ce que vous connaissiez les critères de tourisme durable de la Clé Verte ?

Oui, j'ai suivi la formation, mais c'est pas adaptable et adapté en gîte rural unique comme le nôtre. Alors que franchement, quand on l'a entendu au début, on se dit mais oui c'est vraiment ça qui est en ligne avec notre philosophie et notre façon de voir les choses. Mais c'est coûteux, faut payer. Pour recevoir quoi en retour ? Rien, puisque on sait bien, on va pas louer une fois de plus parce qu'on est Clé Verte. Donc, c'est très coûteux et je parle même pas du... plus il y a le temps et puis les types de critères sont beaucoup trop rigides. Je prends des exemples en termes de n'en fût ce que maintien administratif, suivi des compteurs de façon hebdomadaire, comparatifs. Je ne sais pas si des gens se rendent compte du temps que ça prend tout ça mais c'est... Donc, malheureusement voilà. Et quand on a déjà vu les critères par rapport à la CGT, c'est d'une rigidité assez hallucinante ! Et donc nous on est 3 épis alors qu'on a je pense 90% des critères sur lesquels on est à 5 épis et on a 3 épis parce qu'on a une chambre ou on a un lit de 160 au lieu de 180. Donc voilà, c'est..

Et donc sur la question quelles seraient vos motivations d'obtenir le label Clé Verte, vous n'envisagez pas du tout d'avoir le label ?

Bah nous on voulait le faire à la base parce qu'on trouvait que c'était tout à fait en ligne avec notre démarche, notre philosophie et que ça va peut-être rajouter aussi un peu de pression sur les locataires, de se dire bah voilà, ils sont Clé Verte, il faut participer à la démarche. Mais quand on a vu la complexité que ça représente et le travail que ça redemanderait derrière, on ne va pas faire ça.

Est-ce que votre démarche responsable est un point que vous mettez en avant vis-à-vis de vos clients ? Si oui, comment ?

Oui. Comment ? Euh bah tout est sur notre site internet, c'est noté. Puis surtout par rapport à tout ce qui est artisanat local, visites locales, les activités touristiques,... On prône vraiment tout ce qui est vélo, marche et cetera dans le coin. Et puis comme j'ai dit, quand les gens viennent là, ils ont la possibilité de pouvoir acheter facilement des produits des artisans locaux. Donc ça c'est aussi mentionné, dans le gîte et sur notre site, sur notre page Facebook. On fait aussi pas mal la promo des activités locales et des artisans locaux. Mais comme j'ai dit pour moi, je pense pas que ce soit un critère. Je pense pas que les gens viennent pour ça. Quand ils

viennent, il dit 'Ah oui, génial super. Les essuie-tout, c'est super. Les artisans locaux c'est super' mais c'est pas ça qui les fait venir.

Est-ce que vous pensez que c'est un avantage d'intégrer développement du tourisme ?

Actuellement non. Donc je pense que c'est plutôt un gros travail pour nous mais...et on le fait de nouveau parce que ça fait partie de notre philosophie. Mais si vous êtes écotouriste, c'est différent, parce que là c'est vraiment l'outil marketing quelque part pour attirer les gens au niveau de tout ce qui se prônent en écotourisme, les cabanes dans les arbres, tous ces aspects là. Mais chez nous le pur durable non parce que ça doit être très loin dans les critères de sélection dans les choix de vacances pour les personnes. Et pourtant, parce qu'on pourrait croire qu'on est en Belgique et que les gens choisissent de rester en Belgique peuvent avoir cette philosophie-là, peut-être que ça va changer. Ici je pense que les gens qui sont restés en Belgique c'est plus à cause du covid qu'autre chose.

Quels conseils pourriez-vous devenir des professionnels du tourisme traditionnel qui souhaitent s'engager dans la voie du développement durable ?

De vraiment le faire pour soi. Donc de le faire parce que ça fait partie de sa philosophie de vie pour être en ligne avec ses propres valeurs et pas le faire pour les labels, pour une reconnaissance, parce qu'alors ça sera que de la frustration.

Et quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du Tourisme de la province du Brabant wallon pour encourager le développement du tourisme durable ?

Globalement beaucoup de simplifications. Arrêter les blabla, les formations, les truc muche à droite à gauche, là franchement ça n'aide personne. Euh essayer mais on n'en a déjà discuté avec l'échevin quand il est venu au gîte la semaine passée, mais il faut arrêter les milles niveaux de pouvoir, les certifications à droite à gauche, non. Nous, il nous faut une personne de contact pour tous les niveaux de pouvoirs qui peut nous accompagner dans les démarches, prendre les choses par la main, venir voir, nous dire 'voilà, ça, ça, ça, c'est bien chez vous. Je remplis les documents, je m'occupe de tout. Peut-être c'est encore ça et ça, cette petite démarche-là et vous avez tel et tel certification'. Et alors là, ça peut encourager vraiment les gens à se dire, 'Ah oui, je fais déjà ça, ça, mais il suffit que je fasse encore 2,3 trucs concrets et hop, ça avance, on me valorise dans ce que je fais, dans ma démarche' plutôt que de nous enterrer en fait, parce qu'ils se rendent pas compte... je vous dis entre l'Office du tourisme, la CGT, les Gîtes de Wallonie, la commune, la province, alors on parle pas à côté de les taxes, les impôts à remplir, les déclarations TVA, c'est juste affolant. Moi je m'attendais pas du tout, je m'attendais vraiment à avoir du travail avec les hôtes, je m'attendais vraiment à avoir du travail pour les accueillir, et cetera, mais cette charge mentale administrative c'est... tout le monde m'en parlait mais je m'attendais pas à ce que ce soit comme ça.

Et vous pensez que c'est propre au Brabant wallon ou alors c'est aussi dans les autres provinces et en Belgique ?

Je pense que c'est un peu partout. Euh mais que donc Gîtes de Wallonie d'un côté, tout ce qui est CGT de l'autre, et puis le local, ça c'est partout. Maintenant, je pense que dans le Brabant wallon, il y a quand même un sacré flottement entre destination BW, Tourism Wallonia, le CGT, l'Office du tourisme de Jodoigne et compagnie c'est un peu compliqué.

Et pour finir, comment voyez-vous l'avenir du tourisme durable ?

J'espère vraiment positif parce que ce qu'on voit encore aujourd'hui avec tout ce qui inondations, etc. montrent à quel point si on se bouge pas un peu les fesses, on va à la catastrophe. Donc moi j'espère et je reste convaincue qu'il faut aller là-dedans et qu'il faut les faire, mais il faut le faire de façon à ce que ce soit faisable, en fait. Faut que ce soit accessible pour les gens.

Karel De Paepe - Les Gîtes du Passavant

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Alors euh les Gîtes du Passavant, c'est un gîte de 15 personnes qu'on a créé avec ma compagne Géraldine il y a quelques années. En fait, on est dans une ferme en en activité (une exploitation agricole). Et c'est vrai que c'est une belle ferme en carré, une ferme typique, c'est même une très grande ferme, c'est des grands bâtiments. Euh et on voulait un petit peu exploiter ces bâtiments-là qui n'ont plus d'utilité dans l'exploitation agricole. Et donc, c'est une ferme qui appartient à mes parents et on a racheté le corps de logis qui est une énorme maison de presque 600 m². Et on en a gardé 1/3 pour nous et les 2/3 restants, on a décidé d'en faire un gîte et c'est devenu un gîte de 15 personnes. Donc c'est une unité, mais pour 15 personnes. Voilà, ça, c'est un peu le principe. On a acheté la maison début 2016. On a fait plus ou moins 3 ans de travaux. Donc on va dire qu'il est opérationnel, je pense depuis septembre 2019.

En fait, j'avais vu que les portes ouvertes étaient le 26 et le 27 mai 2018.

Oui, mais c'était pas encore ouvert de suite. Ah oui c'est 2018 mais c'était pas encore opérationnel. En fait, on avait décidé de présenter le gîte un peu à tout le monde, mais on n'avait pas encore les autorisations des pompiers. Il y avait encore 2,3 trucs à régler. Enfin, il était pas tout à fait fini. Je pense qu'on a ouvert le mois de septembre après.

Quels critères considérez-vous lors du choix de vos partenaires ? (Donc, les fournisseurs, associations intercommunales, fédérations sectorielles, partenaires, sponsors).

Alors au niveau des clients, je vous avoue qu'on a pas vraiment de critères. Le seul critère important à nos yeux...on a déjà refusé certains groupes parce qu'on les sentait, parce que c'est pas un gîte pour faire la fête, on habite à côté. C'est plutôt un gîte familial ou entre amis, mais entre amis c'est pas pour faire des grosses fiestas quoi. Donc ça c'est un peu le critère sur lequel on se base. Sinon pour le reste, on n'a pas vrai critère de sélection. Au niveau des

fournisseurs, on a pas vraiment de fournisseurs dans un gîte. Alors au niveau de la rénovation, je vous avoue qu'un critère important, c'était le coût le premier critère, euh, parce que voilà, c'est quand même... on a rénové notre maison en même temps. Il y avait quand même presque 600 m² à rénover, donc c'était un gros, gros budget parce qu'on a tout refait. On a juste laissé les châssis. Euh, le toit, tout a été refait, l'électricité, la plomberie, le plafonnage enfin tout. On a juste gardé les vieux planchers. En fait, on a gardé tout ce qui était ancien, les vieux planchers, les vieilles tablettes de fenêtre, les vieilles cheminées, les vieilles escaliers, le vieux carrelage en pierres bleues, celui-là on l'a laissé aussi. Sinon, pour le reste on a tout changé. Donc le premier critère c'était le coût. Je crois que c'était plus important en fait, parce que nous notre but là-bas, c'était vraiment d'arriver à rentrer dans notre budget pour terminer le gîte. A prix égal, je dirais, j'aurais pris quelqu'un de plus local mais voilà quoi j'avoue qu'on a pris les moins chers. On a pris des gens de confiance aussi. Je dirais que cette personne-là par exemple pour la toiture je vous dirai bah le choix il s'est fait sur quelqu'un qui était une plus petite structure à laquelle on faisait plus confiance qu'une grosse boîte. Ouais, ça c'est les critères je pense. Pour l'électricité, c'est pas un fournisseur vert durable c'était pas dans nos priorités. C'était quelqu'un de local de la commune, voilà. C'est vrai qu'on a eu plusieurs devis, j'avais des devis de deux personnes, même de Charleroi. On a pris quelqu'un de Genève. La seule chose qu'on aurait pu faire des choix plus durables, c'est au niveau des sanitaires, alors du chauffage. Et alors, c'est vrai que moi, j'avais un projet à la base de travailler avec une chaudière biomasse pour chauffer tout le bâtiment et en même temps en chauffer d'autres bâtiments dans la ferme. Le projet, il est toujours existant. Actuellement, le gîte tourne toujours sur la vieille chaudière mazout. Mais voilà, c'est une question de coût, c'est une question d'investissement, parce que l'investissement est tellement grand. Parce que j'ai ce projet de vouloir installer une chaudière biomasse à plaquettes, qui est une chaudière bois qui pourrait tourner par exemple avec des miscanthus. C'est une plante qu'on peut cultiver mais qui repousse pendant une vingtaine d'années en fait, c'est des roseaux et donc tous les ans, c'est une plante qui sèche sur pied et qu'on récolte tous les ans et qui produit de la biomasse à brûler plus dans ce genre de chaudière. Et là l'avantage est qu'on récolte la matière sèche, donc on peut quasi la brûler tout de suite, contrairement par exemple à des copeaux de bois ou des choses du genre qu'il faut faire sécher pendant un an avec de la ventilation ou ce genre de chose. Donc le projet, oui, je l'ai toujours en tête. C'est quelque chose que j'aimerais bien faire. C'est toujours la même chose, quand le portefeuille me le permettra, je le ferai.

Quels sont les acteurs qui contribuent à produire les services offerts aux clients ?

Pour la gestion c'est nous. La gestion des locations, de prise de contact, de tout ça, c'est surtout ma compagne qui s'occupe de ça. Euh, au niveau de la mise en place pour l'accueil, c'est également nous. Ça, on se partage un petit peu en fonction de la langue. Moi j'accueille les néerlandophones et elle ceux en anglais. Et quand c'est en français, ben on se le partage. Pour le nettoyage, on se fait aider parce que c'est une très grande maison. Et alors, on se fait aider aussi par une blanchisserie au niveau des nettoyages de draps et des serviettes. On fait une partie nous-mêmes, mais par exemple, tout ce qui est draps, housses, taies d'oreiller, tout ça, ça part en blanchisserie. Si on veut intégrer le caractère durable, c'est vrai que c'est pas un critère auquel on a fait attention. Je suppose qu'il y a des blanchisseries, qui

sont peut-être un peu plus écolo que d'autres. C'est un truc pour le moment auquel on a pas trop fait attention. Ce qui est primordial en tout cas dans un premier temps, c'est le service donné. Donc, c'est quelqu'un, une enseigne, blanchisserie qui est très correcte. Elle vient toujours chercher, le rapporte toujours en temps et en heure. Le service est toujours bien fait. Enfin voilà, c'est ce premier critère. Après c'est vrai que il y a peut-être d'autres choses à faire, mais on n'en a pas encore tenu compte.

Alors que pensez-vous du tourisme dans le Brabant wallon ?

Ben je pense qu'il y a plein de choses à faire en tout cas. Il y a plein de choses à voir. En fait, je suis un peu étonné. Maintenant un peu moins mais quand on a commencé, on avait les 3/4 de notre clientèle qui était des personnes de Flandre. Donc, c'est plutôt des familles qui venaient avec enfants. C'est quasi 3 personnes sur 4 qui venait de grandes villes flamandes, de grandes rues d'Anvers et qui étaient étonnés du Brabant wallon en fait, ils connaissaient pas du tout. Et donc, ils étaient même positivement surpris de la région, des paysages, de pouvoir se promener pendant parfois une ou deux heures en restant à la campagne, de faire du vélo, de faire des balades,...Il y a les sites touristiques aussi. En fait, on est situé entre les ruines de Villers-la-Ville et le lion de Waterloo. On est un petit peu entre les deux. Donc il y a des choses intéressantes à voir aussi. Je pense qu'il y a un potentiel à développer. C'est une belle région, le Brabant wallon, on se rend pas compte mais voilà ça c'est... moi j'y vit depuis toujours donc c'est pas quelque chose qui me frappe fort mais c'est les gens, le retour des gens qu'on a qui nous disaient 'ouais on connaissait pas, on est agréablement surpris'.

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Alors le tourisme durable, je dirais que c'est un tourisme qui tient en compte plusieurs aspects. Il y a le critère environnemental, je pense que c'est le principal. Donc, en tant que gestionnaire et propriétaire de gîtes, qu'est-ce que nous on sait faire ? Je pense qu'au niveau de l'énergie, ça, c'est un gros point sur lequel on pourrait travailler. Je parle notamment du mazout tout à l'heure, c'est une maison qui consomme énormément de mazout. Je pense qu'on doit être entre six et sept mille litres par an, donc là il y a un truc qu'on pourrait faire comme l'énergie électrique. Il y a peut-être moyen de faire des choses aussi. Gestion des déchets, ça c'est quelque chose qu'on fait déjà attention. Donc on explique toujours bien quand ils arrivent en quoi consiste le tri. On essaie, on impose pas. Parfois on essaie quand même de faire un tri même au niveau de matière organique, dans une ferme, de toute façon, on réutilise pour utiliser tout ça. Euh alors nous, qu'est-ce qu'on peut encore faire comme critère durable? Oui, on a l'intention de prendre le label Bienvenue Vélo parce que c'est le côté durable du vélo et on se rend compte qu'il y a quand même beaucoup de gens qui sont intéressés peut-être parce qu'ils viennent de Flandre et qui roulent tous à vélo là-bas, mais en tout cas, souvent, ils viennent avec leur vélo. Donc ça, c'est un projet qui est en cours. On est en train de faire un petit local vélo qui répond aux normes, critères exigés par le label. Il est déjà là, mais on doit encore faire la démarche pour avoir le label. C'est parce qu'en plus il y a tout un réseau de points-nœuds ici autour de chez nous donc faut pas aller loin pour en trouver quelques-uns. Donc apparemment ça fonctionne bien. Moi je ne l'ai jamais moi-même utilisé mais on a bon retour par rapport à

ça. Alors on pourrait réduire les débits de douches et de robinets. Oui ça c'est peut-être aussi quelque chose... Bon, de toute façon, on n'a pas mis de pommeaux non plus super grands. Voilà c'est des pommeaux de douches classiques qui sont pas très gros. La chose que je peux encore faire, c'est raccorder à l'eau de pluie. C'est plus au moins fait dans la mise en place du gîte, puisqu'on a refait tout ce qui était sanitaire. On a prévu un circuit séparé pour l'eau de pluie qui alimente notamment toutes les toilettes puisque dans le gîte, il y en a trois et alimente aussi les robinets extérieurs. Mais la citerne d'eau de pluie n'est pas encore faite. C'est déjà... mais il y a encore quelques choses à faire. En fait, c'est toutes des choses auxquelles on a pensé, mais voilà, parce que soit on n'a pas le temps, soit on n'a pas les sous soit on... voilà, c'est en projet. On a un local qui permet de ranger les vélos et de fermer le local à clé, qui permet de les nettoyer, avoir un petit kit de réparation, voilà tout ce qu'il faut pour... Mettre à disposition des vélos, oui pourquoi pas mais c'est vrai que moi, j'aurais peut-être plus vu, euh, travailler peut-être en collaboration avec un magasin de vélo qui loue des vélos, ce serait peut-être plus facile parce que voilà, mais des vélos, on sait jamais quel type de vélo il faut, hein. Nous, on a même des groupes de gens qui viennent de Flandre, ils viennent chacun avec deux vélos, un vélo de route et un VTT. Mettre à disposition, ça je ne sais pas, mais je pense que travailler avec un service de location de vélo, ça, ça peut être quelque chose qu'on peut faire.

Comment définiriez-vous l'écotourisme ? Est-ce que vous voyez une différence entre l'écotourisme et le tourisme durable ?

J'sais pas, j'ai pas la définition d'écotourisme. Ouais, moi je verrai plutôt le tourisme durable parce qu'il faut que le tourisme reste comme on faisait avant, mais en y incluant le caractère durable. En fait, je pense qu'il faut pas être extrémiste. Voilà, je veux dire, les gens ils vont continuer à visiter la même chose, ils vont continuer à faire les mêmes activités. Il faut juste associer quelques changements peut-être pour rendre le séjour plus durable, oui. Maintenant écotourisme, oui, je sais pas, moi c'est pas comme ça que je vois notre gîte. On se rend compte que les gens à la base ne viennent pas pour le lieu, ils viennent pas parce qu'on est situé à Genappe, ils viennent pas parce qu'on est situé à 4 km de là. Ils viennent vraiment pour se rassembler en famille ou entre amis dans un lieu qui leur plaît. Parce que voilà, on a fait un gîte qui est agréable, qui est chaleureux, qui est très chouette à visiter en week-end ou une semaine. Et que c'est parce qu'ils sont ici qu'ils font les visites extérieures et qu'ils découvrent un peu les environs et qu'ils se rendent compte que c'est bien, mais à la base c'est vraiment, ils choisissent notre gîte je pense. Enfin, c'est comme ça que je le ressens. Malgré qu'on n'ait pas mis en avant ce caractère éco ou durable, je pense que c'est à nous de le faire. Voilà les gens s'y feront, mais je pense que le but du voyage ne doit pas être quelque chose, une demande écologique, c'est un critère qu'on doit y associer de toute façon.

Est-ce que vous pensez que c'est un avantage aujourd'hui d'exercer une activité touristique durable ?

Je ne sais pas, peut-être que ça le sera plus tard. J'ai pas l'impression que ça l'est déjà. Maintenant ça va le devenir mais j'ai pas l'impression que ça l'est, mais je pense qu'on doit le

faire toute façon personnellement nous parce qu'il faut être sensibilisé à ça, hein. Mais j'ai pas envie d'utiliser ce critère écologique pour attirer du monde, pour attirer une clientèle. J'ai pas envie de l'utiliser comme critère de marketing. Je pense que c'est quelque chose qu'on va devoir faire. Mais oui voilà si on a le label, pourquoi pas hein, c'est pas ça. Mais c'est pas le critère le plus important en tout cas je trouve pour attirer une clientèle. Euh, ça peut être un choix. Ça peut être un choix secondaire, voilà si on a le choix entre deux destinations qui sont équivalentes, c'est sûr que voilà, j'aurai aussi tendance, en tant que client, à choisir peut-être plus le plus durable. Mais ça doit pas être un critère de base.

Et est-ce que vous avez déjà eu envie de développer votre gîte vers un gîte durable?

Je ne connais pas exactement tous les critères. Moi, quand je dis durable, c'est toutes ces choses que j'ai citées. Je suppose qu'il y a un cahier de charges ou quelque chose à respecter. J'ai jamais vraiment en tout cas fait la démarche pour être un gîte durable. C'est quelque chose qui va de soi pour moi, vers lequel je dois aller. Oui bon, il y a toujours le caractère économique aussi hein. Je vous avoue que si je peux broyer des copeaux de bois plutôt que de consommer huit mille litres de mazout par an, ça m'arrangerait du point de vue économique aussi. Alors y a un peu une association des deux quoi.

Et quel serait votre motivation à inscrire votre gîte dans une démarche de développement durable ?

Motivation ben d'abord personnel. Deuxièmement, euh oui peut-être ce critère de label qui va faire qu'on sélectionne plutôt le nôtre qu'un autre, mais c'est pas le premier critère. Je trouve la motivation elle est plus personnelle. C'est parce que je trouve qu'on doit de le faire. On se doit de le faire. En fait, je trouve ça normal qu'on aille vers ça. D'ailleurs voilà, dans sa propre maison, on le fait aussi, hein alors qu'il y'a aucun intérêt, je veux dire à ne pas le faire. Oui, non, c'est plus personnel, je pense non. Et puis, naturellement, oui il y a peut-être ce critère de labellisation qui fait qu'on attire peut-être une clientèle supplémentaire, ça serait possible.

Et au niveau de votre maison, qu'est-ce que vous faites comme pratiques durables?

Au niveau de ma maison, bah c'est toutes les choses qu'on a mis en place qu'on mettra en place pour le gîte. En fait, on est juste à côté en fait c'est une grande maison qu'on a coupé en deux. Donc tout ce qu'on fait pour le gîte, que soit la chaudière, la citerne eau de pluie, placer des panneaux photovoltaïques, ce sera toute façon raccordé au deux, donc ça impactera les deux. Et dans notre quotidien, oui c'est vrai qu'on fait un peu attention, mais je ne suis pas non plus... Comment dire ? C'est quelque chose qui se met en place doucement je pense, j'ai l'impression, on sait qu'on est sensible à ça et je pense qu'on instinctivement on a tendance à ne plus choisir du plastique, à prendre du verre, mais c'est pas quelque chose que je me dis tous les jours, il faut que je fasse ça. Ça vient petit à petit, j'ai l'impression. Les meubles de gîte viennent de brocante, seconde main. Le seul mobilier neuf qu'on a acheté, ce sont les lits et les matelas. Sinon tout le reste, c'est tout seconde main qu'on a racheté et retapé. Pourquoi? En fait, il y a 2 aspects, il y a l'aspect économique, c'est le premier critère et le deuxième critère, c'est parce

qu'on voulait un gîte un peu authentique et unique voilà. Si on avait acheté tous nos meubles dans le même magasin, ce ne serait pas le gîte qu'on a aujourd'hui. C'est bah c'est Géraldine qui adore ça, elle adore chiner en brocante. Je veux dire, chaque meuble a été acheté dans une brocante à part, restauré à part. Donc voilà, c'est plus le critère-là je crois, c'est pour rendre le lieu plus unique, plus authentique.

Quels sont les freins au développement durable de votre gîte ?

C'est le critère économique, je pense. Mais oui, c'est le temps et l'argent qui nous manquent. Sinon ça serait déjà fait. Et si on avait des incitants, c'est clair que ça, ce serait une motivation supplémentaire. Mais des incitants qui en valent la peine. Si c'est pour recevoir 300€ sur un investissement de 15.000€. Mais oui non, l'incitant c'est clair que ça pourrait nous faire bouger plus vite. Oui, probablement que oui. Probablement que ça existe hein, mais c'est vrai que voilà, j'ai jamais fait le tour de tout ce qui existait. Pour les panneaux solaires, je vous avoue que c'est le truc auquel je suis le moins intéressé au fait. Moi j'ai l'impression que si je pouvais déjà réglé ce problème de chauffage et de mazout, peut-être même juste mettre des panneaux solaires mais thermiques pour chauffer mon eau, plutôt que l'électricité...oui, l'électricité j'ai pas l'impression que ça représente la majeure partie de l'énergie qu'on consomme. En fait. En électricité, oui, c'est vrai qu'on a un four, on a un four avec des plaques, mais sinon chauffage, eau chaude, c'est chaudière. Toutes nos lampes sont déjà en LED parce la rénovation c'est récent donc c'est tout du LED. Je pense que les panneaux solaires/photovoltaïque c'est le dernier truc que je mettrais. J'essaierais d'abord de régler tout ce qui est production d'énergie, énergie d'eau chaude quoi, plus consommation d'eau, ça c'est peut-être les deux premières choses à changer en premier. Je sais que certains utilisent une pompe à chaleur mais je suis pas fan non plus en fait parce qu'une pompe à chaleur en gros quand il fait moins 10 dehors. Électrique enfin, je veux dire le échauffement de façon électrique. Sauf si on a fait de la géothermie, enfin qu'on a été creusé un puit qu'on va chercher alors la chaleur dans le sol. Oui bah non, je pense pas que la pompe à chaleur ce soit un truc révolutionnaire. Oui à moins de faire de la géothermie, en creusant un puit et en allant chercher la chaleur en profondeur. Sinon de pompe à chaleur air-air, je m'y connais un petit peu mais c'est pas non plus le truc miraculeux. C'est un gros investissement pour pas tellement de gain je trouve. Il y a moyen de faire mieux.

Est-ce que vous connaissez les critères de tourisme durable de la Clé Verte ? (je vous envoie le lien)

Non, je ne les connais pas. Alors quiconque obtient le label Clé Verte s'engage à faire des efforts dans plusieurs domaines: enregistrement de la consommation d'eau et d'énergie, économie d'eau et d'énergie, tri des déchets ouais ça on fait, préservation de la biodiversité on le fait, alimentation et mobilité durable oui bah alimentation on ne loue que la maison donc durable au niveau de ce que consomment les gens, ils font ce qu'ils veulent. Alors on met à disposition des informations sur les restaurants mais je vous avoue dans notre sélection qu'on met comme information, c'est plus la qualité du service. Si on a un resto à conseiller, c'est parce qu'on s'y est senti bien et parce qu'on a bien mangé

avant de mentionner des magasins, des restaurants qui soient à caractère durable. Mais sinon oui tout ce qui est magasin bio bah ils sont renseignés aussi hein mais je veux dire ils sont dans une liste et les grandes surfaces aussi y sont. Information et implication des clients pour limiter l'impact environnemental de leur séjour. Oui euh le temps de chauffage ou des trucs du genre ou les inciter à prendre le vélo plutôt que la voiture, je sais pas. Ça on fait peut-être moins. Dialogue et communication en matière d'environnement. Oui bah voilà, sur ces critères, moi je dirais consommation d'eau et d'énergie, bon sur économie d'énergie si tu veux, on l'applique un petit peu quand même. Alimentation et mobilité durable, oui bah on incite à faire du vélo, ça c'est ce qu'on fait. Au niveau de l'alimentation, je vous avoue que ça on laisse le libre choix à chacun d'aller où il veut donc là-dessus... Information oui ben voilà donc il y a quelques trucs auxquels on pourrait adhérer oui.

Quel critère vous semble le plus dur à réaliser ?

Le plus dur à réaliser mais je pense qu'au niveau de l'économie d'eau et d'énergie, il y a un petit investissement quand même à faire. La maison c'est vrai qu'on l'a isolé, isolé le sol, on a isolé le toit mais malgré tout quand même elle consomme quand même encore beaucoup c'est une vieille maison. Je pense que moi je changerai plutôt mon système de production d'énergie avec de la biomasse. Economie d'eau bah oui ça on devrait faire avec la citerne d'eau de pluie enfin c'est quasi fait, elle est là il y a plus qu'à creuser, la mettre. Le plus compliqué à faire non je pense que celui qui coûte le plus cher en tout cas ce serait au niveau de l'énergie et de l'eau. Les autres, il faut se motiver à le faire.

Qu'est-ce vous en pensez de la Clé Verte ?

Je sais pas. Est-ce que ça a vraiment un impact au niveau de...? Est-ce que c'est ça apporte une visibilité par rapport à une certaine clientèle? Moi je trouve ça bien qu'on incite les gens à le faire en tout cas. Mais je ne sais pas s'il y a un retour vis-à-vis des gens qui cherchent ça, c'est ça que je sais pas. Je me pose la question mais sinon probablement je pense que c'est un élément qui va peut-être prendre de plus en plus d'importance en tout cas dans les années qui vont venir. Oui c'est probablement quelque chose auquel les gens vont faire attention. Mais voilà si on le fait, je pense que c'est parce que c'est quelque chose que tout le monde doit faire. Tout le monde va essayer d'isoler sa maison, tout le monde va essayer de consommer moins, tout le monde doit trier ses déchets, fin c'est quelque chose qui sera normal enfin qui devient normal en tout cas.

Quelles seraient vos motivations d'obtenir le label Clé Verte ?

Ma motivation si j'ai une motivation est au niveau des locations bah je pense que ce serait l'obtention du label voilà. Je pense que c'est un critère peut-être qui va pouvoir décider certains pour faire un choix plus vers l'un que vers l'autre. Maintenant si j'avais des preuves, des études ça, ça pourrait être quelque chose qui pourrait m'inciter oui.

Que pensez-vous de l'attitude de vos clients au sujet du tourisme durable?

Euh je pense qu'il y en a qui sont sensibilisés et je pense qu'il y en a d'autres qui n'en ont rien à foutre. Enfin j'ai pas l'impression que c'est le critère principal. Les gens qui viennent dans notre gîte, c'est des gens qui viennent passer un bon moment. Du fait que c'est un grand gîte, c'est souvent des gens qui étaient séparés et qui se rejoignent et qui se retrouvent dans notre maison. C'est vraiment le critère principal de choix de notre gîte j'ai l'impression en tout cas. Parce que oui c'est à la campagne, peut-être aussi parce que c'est dans une ferme ça c'est clair qu'on a eu quelques réservations parce que c'était dans une ferme en activité alors voilà les gens ils vont visiter. J'ai des gens qui sont sensibles à ça. Ah le critère durable oui ça sera un critère en plus mais pas primordial enfin en tout cas pas pour le moment. Je trouve c'est un petit plus. Par exemple pour le tri des déchets, je dirais que les personnes, ça dépend des pays parce qu'on a parfois des étrangers aussi, il y a des pays où ils trient rien. On a beau leur expliquer, ils mettent tous dans le même sac qu'il soit bleu ou blanc je trouve la même chose dans le sac. C'est surtout les pays de l'étranger. Je trouve que ceux qui font le plus attention, c'est peut-être les gens de notre pays. On a eu des français des espagnols, des portugais, des Pays-Bas néerlandais, des allemands mais c'était des groupes qui venaient d'un peu partout en fait. On n'a pas vraiment vu un groupe d'Allemagne. Je pense que c'est peut-être parce qu'ils sont habitués au système de tri en Belgique. Je sais pas si c'est fort différent dans les autres pays. Je pense que maintenant en Belgique y'a des gens qui sont là par exemple l'histoire des déchets organiques, il y a des gens (parce que parfois on l'oublie), il y a des gens qui demandent expressément avoir un endroit pour mettre leurs déchets organiques alors qu'il y a d'autres on va vouloir proposer et ils mettent quand même tout dans le sac blanc. On peut pas les forcer, on peut juste leur expliquer.

Comment voyez-vous l'avenir du tourisme l'avenir du tourisme ?

Je pense qu'avec le covid, il va un petit peu influencer le tourisme aussi puisqu'ici quand même depuis un an et demi bah c'est beaucoup plus local hein. C'est quasi que des gens de Belgique. Bon ici aujourd'hui, on a des gens des Pays-Bas parce que ça s'ouvre un peu mais j'ai l'impression que ça reste quand même beaucoup très local. On avait des réservations de l'étranger qui ont été annulés à cause du covid qui sont remplacés par des gens belges. Dans l'avenir oui bah je dirais oui peut être plus local, plus des gens de la région ou de pays limitrophes. L'aspect durable au tourisme comme vous appelez peut-être qu'on viendra vers ça. Moi je pense que le vélo c'est un bon truc. C'est quelque chose qu'il faut mettre en avant parce que le tourisme à vélo c'est peut-être bien quelque chose qui va en croissance quoi il faut la motivation. Avoir le label Bienvenue Vélo, c'est pour être reconnu parce que voilà je trouve que c'est un label pas trop compliqué à avoir qui demande pas beaucoup d'investissement et qui est facile. Et puis je me rends compte que c'est quelque chose que les gens ont besoin en fait de plus en plus ça. Plus en plus de personnes viennent avec leur vélo. Oui c'est quelque chose je pense qu'il vaut la peine.

Et pour finir quelles sont les recommandations que vous feriez à la fédération du tourisme de la province du Brabant wallon pour encourager le développement du tourisme durable ?

On pourra citer les... Je dirais que bah il faut aller dans cette voie-là hein de toute façon. Les recommandations que je ferai à la province... j'ai l'impression qu'ils sont conscients des choses importantes. J'ai l'impression que les points-nœuds, c'est quelque chose qui a été mis ça en place (je sais pas si c'est la province ou si c'est la région) mais en tout cas j'ai l'impression que ça fonctionne bien. Au niveau des gîtes je dirais oui les gros critères à respecter dans le durable, c'est souvent quand même des critères qui demande un investissement. Donc je dirais proposer des incitants pour les investissements qui réduisent l'énergie ou qui propose des systèmes de production d'énergie différents. Ouais voilà non je sais pas, je dis ça un peu comme des paroles en l'air. Oui peut-être des conseillers pour les guider dans leur démarche ou alors les aider dans les démarches des gens qui veulent acquérir ce label. Je vous avoue que moi (vous m'en parlez maintenant) je savais que ça existait mais je m'y suis jamais intéressé beaucoup plus peut-être parce que je me rends pas compte de l'impact que pourrait avoir le label hein. Je ne sais pas oui je pense que c'est ça en fait. Il faudrait qu'ils fassent prendre conscience aux gens que ce soient les acteurs de gîte ou même le touriste de l'impact que pourrait avoir un gîte qui a un label durable par rapport à un qui n'en a pas par exemple. Oui voilà mais c'est plus au niveau communication je veux dire oui c'est peut être juste une question de communication je sais pas c'est vrai que moi j'ai pas l'impression non plus que ce bah je sais pas je vous je parle déjà depuis une demi-heure que c'est ce label-là qui va changer grand-chose en location parce que voilà je vous avoue que depuis que ça déconfiner, on est complet depuis le début juin au niveau des réservations. Ici je crois qu'il nous reste deux week-ends jusque fin décembre donc ça s'est vraiment très bien rempli malgré qu'on n'est pas sous ce label. Ah oui mais ce serait peut-être un plus. En fait oui voilà il faudrait le montrer je pense parce que j'ai l'impression que ça va pas vraiment amener plus de clients le label durable au fait. Il est bien parce que chaque citoyen doit aller vers ça. Simplement oui donc c'est plus une raison personnelle de le faire voilà et si ça amène les clients tant mieux quoi mais voilà c'est pas le but en soi.

Fatou Rwubusisi - L'Eau Claire

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

J'ai ouvert il y a plus ou moins 4 ans. J'ai ouvert via Booking parce que je pouvais entrer dans les chambres d'hôtes enfin c'est répertorié comme ça en Belgique et je ne rentrais pas dans tous les cadres tout le temps parce que par exemple il faut toujours être là pour recevoir les gens au petit déjeuner et donc par exemple ici avec le covid si j'étais rentré dans ce cadre bon je ne connais pas toutes les s'il y a eu des changements de loi et cetera mais maintenant tous les gens déjeunent en chambre par exemple donc je ne suis pas avec eux à la même table. Alors que dire, ben écoutez quand on ouvre des chambres d'hôtes ben c'est assez contraignant. Il faut faire venir les pompiers. Il y a toutes sortes de choses, de règles à respecter voilà et donc nous essayons puisque vous parlez de durable, bah disons que on essaie d'être dans cet esprit-là donc on a un jardin, on fait des confitures nous-mêmes, je vais faire le pain moi-même, je me fournis principalement dans des magasins locaux en vrac et si possible bio mais plutôt je préfère le local que le bio même si c'est souvent lié. Maintenant je n'ai pas essayé de rentrer dans des canevases comme ce dont vous parlez je pense par manque d'info et de temps voilà. C'est enfin

voilà quand on est indépendant déjà on travaille en général 7 jours sur 7 donc rajouter des contraintes à ça je n'y pense même pas en fait c'est très simple.

Donc c'est votre métier le B&B ou vous avez un autre métier à côté ?

Aujourd'hui c'est mon seul métier. Je fais aussi des massages dans le cadre du B&B mais je peux en avoir aussi en dehors. Mais bon ça reste...Avant je travaillais comme éducatrice, ça je ne le fais plus.

Quels critères considérez-vous lors du choix de vos partenaires donc fournisseur,...

Alors euh bah il y a des...J'achète presque par exemple mes produits de nettoyage ils sont écologiques principalement. Donc il faut qu'il y ait ça chez mes fournisseurs. Il faut que j'aie facilement des factures c'est important. C'est bien si je peux regrouper aussi dans le même magasin plusieurs produits différents voilà c'est quand même bien si... Par exemple je vais au Colruyt parce que ça me permet de faire une seule fois les courses pour plusieurs produits différents voilà. Je vais chez un boucher local donc qui fait venir de la viande d'Ardenne. J'ai une fromagère donc là je vais quand même au marché et puis je vais dans le magasin comme je vous ai dit en vrac voilà. Donc voilà mes critères : ce n'est pas loin, facture, du responsable comme produit le maximum en tout cas voilà. Des partenaires que je vois en fait. Voilà au Colruyt bon ben ça c'est le magasin qui me plaît le moins par exemple parce que je ne connais pas les gens. Voilà ça me paraît des grosses structures je préférerais trouver ces produits... mais je ne trouve pas voilà chez des petits commerces.

Quels sont les acteurs qui contribuent à produire le service offert aux clients ? C'est vous qui vous occupez principalement de tout ce qui est gestion vous êtes toute seule ?

Ah c'est moi et mon mari. On s'occupe de tout que ce soit du nettoyage, de l'accueil, etc.

Et donc quand je vous avais demandé si votre si votre gîte était durable vous m'avez dit que ce n'était pas durable ?

Oui ben oui puisque je ne rentre pas dans un... Enfin il me semble que je ne rentre pas dans un canevas. Il y a des établissements qui sont répertoriées comme durables, ce qui n'est pas mon cas.

Mais on peut être durable hors des labels de reconnaissance.

Exactement oui. Donc j'essaye d'être le plus durable possible mais mon établissement ne s'appelle pas comme ça quoi. Il n'est pas répertorié comme ça.

Mais dans votre démarche vous faites attention à l'aspect social, à l'environnement, à votre impact sur l'eau, l'énergie, ... ?

Le plus possible oui, vraiment.

Je dirais plus alors que votre B&B est durable. Est-ce que vous pouvez m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Eh bien alors que les gens consomment local si possible. Qu'ils fassent des visites locales et je dirais qu'ils font souvent des visites à vélo ou à pied donc sans consommation d'énergie non nécessaire. Euh par exemple nous avons aussi un jacuzzi qui est au feu de bois parce que d'après ce que j'ai lu c'est une énergie qui est moins dévastatrice. Mais après tout ça c'est difficile d'avoir une vraie vue d'ensemble sur toutes ces énergies. Et puis comme ça par exemple on ne doit pas le chauffer toute la journée en fait. Quand on a un jacuzzi à l'électricité il doit être réchauffé en permanence même si les gens y vont une fois tous les 5 jours, tandis qu'ici je peux chauffer mon jacuzzi en 3-4h. Voilà je ne demande que d'être prévenue ce jour-là au plus tard et puis je peux le chauffer et je ne l'impose pas non plus, ils ne le payent pas s'ils ne l'utilisent pas. Malgré qu'il soit privé à une seule chambre il est en option voilà.

Qu'est-ce que signifie pour vous l'écotourisme et est-ce que vous voyez une différence entre l'éco tourisme et le tourisme durable ?

Non. Oui peut être que l'écotourisme ça va être quelque chose où tout est bio mais pas forcément durable, que parfois c'est trompeur voilà. Peut être que je verrais ça comme différence.

Est-ce que vos chambres d'hôtes ont toujours été dans une lignée durable ou est-ce que cela a été développé plus tard ?

Non ça a toujours été.

Quelles sont vos motivations à inscrire les chambres d'hôtes dans une démarche de développement durable ?

C'est parce que je trouve que la vie est comme ça, je vis comme ça depuis que je suis toute jeune. Parce quand on a des enfants, qu'on est adultes bah on veut laisser un petit peu moins d'empreintes au suivant voilà.

Lorsque vous avez lancé votre activité de chambres d'hôtes dans une démarche de développement durable quels sont les obstacles que vous avez rencontrés ?

Et bien par exemple les produits qu'on utilise pour nettoyer sont parfois pas suffisamment efficaces. Ou il y en a qui sont efficaces mais c'est difficile de les trouver par exemple. Acheter éco, on pensait pas que c'est plus cher mais c'est vraiment plus cher étrangement. Le lait quand il est entier et bio il est plus cher qu'un lait écrémé et travaillé d'une marque pas éco logique voilà oui tout coûte plus cher en bio et en durable environ. Enfin on croit que tout est plus cher.

Et donc si vous devez dire un mot comme frein ou obstacle ?

Le temps et l'argent. Il faut faire beaucoup plus de recherches pour trouver les produits durables. Il faut beaucoup plus lire, il faut comparer parce que ce n'est pas parce que c'est qu'il était écrit éco que ça l'est forcément. Faut regarder la globalité de la chose et on a tellement d'infos qui se contredisent que c'est compliqué de savoir si on est vraiment dans le bon. Donc voilà moi c'est quelque chose qui m'intéresse donc je continue à m'informer mais je crois que c'est très compliqué de rentrer dans le durable et de se dire on est dans le bon. Y'a pas tellement d'infos claires par rapport à ça et de marche à suivre et certitudes.

Est-ce que vous pensez que les obstacles que vous avez rencontrés vont dissuader certaines personnes de se lancer dans une démarche de développement durable ?

Oui vraiment, pour le temps à l'argent.

Quelles sont vos difficultés rencontrées aujourd'hui en lien avec le développement durable ?

Par exemple je mets des produits en vrac pour les mains, le shampoing et le gel douche. Donc ça veut dire que j'ai dû trouver des bidons que j'ai recyclé, je dois aller les charger au magasin en vrac j'ai tout ça dans ma cave. Quand mes flacons se vident je dois faire la démarche d'aller les remplir à la cave voilà ça prend du temps. Je pourrais très bien acheter des produits moins chers et ne pas faire toute cette manipulation pour faire du durable voilà. Je pourrais aussi acheter des produits durables mais pas en vrac. Mais il y a quand même toutes ces histoires de trajet de camion qui viennent chercher le recyclage donc ça voilà. Quand on réfléchit à la démarche jusqu'au bout bah oui c'est toujours plus long en fait quand on veut faire durable. Par exemple le boucher mais il faut y aller avec ses tupperware quand on veut ne pas consommer d'emballage voilà ils ne l'acceptent pas tout le temps non plus des fois ils n'ont pas le temps non plus de mettre ça dans des emballages comme ça et pendant le covid ils pouvaient plus toucher à tout ça aussi. Pour aller faire les courses au marché bah c'est mieux d'y aller à vélo ça prend du temps on n'a pas toujours le temps d'y aller à vélo.

Est-ce que vous connaissez les critères de tourisme durable de la Clé Verte ?

Non

Je voulais vous envoyer un lien mais bon je vais vous le lire. Green Key est un label qui garantit la qualité et la durabilité et donc quiconque obtient le label Clé Verte s'engage à faire des efforts dans plusieurs domaines que sont l'enregistrement de la consommation d'eau et d'énergie, l'économie d'eau et d'énergie, la prévention et le tri des déchets, la préservation de la biodiversité, l'alimentation, la mobilité durable, l'information et l'implication du client pour limiter l'impact environnemental de leur séjour l'utilisation des produits plus écologiques pour le nettoyage et l'entretien et le dialogue et communication en matière d'environnement de responsabilité sociétale et l'amélioration continue. Vous ne connaissez pas du tout la Clé Verte?

J'ai déjà entendu parler, oui j'en ai déjà entendu parler.

Et qu'est-ce que vous pensez de ces critères ?

C'est très très bien.

Vous ne vous êtes jamais plus intéressé à ce label ?

Non comme je vous dis je n'ai pas le temps en fait. Le mari: ça ne reste qu'un label parce que c'est comme le label bio c'est bien de prendre du bio mais si c'est une tomate bio qui est fabriquée dans les tunnels de d'Espagne à quoi bon d'aller prendre à label bio? On préfère par exemple, nos fromages on les prend chez une fromagère au marché de Rixensart. Elle n'a pas de label bio mais on la connaît voilà. Déjà on fait plaisir à cette personne là parce que c'est un circuit court, on sait que c'est produit à la ferme, on sait que c'est plus ou moins responsable mais on n'a pas besoin de label. Et on ne veut pas non plus s'inscrire dans un label avec soit une forme de contrôle ou des choses qui ne veulent pas vraiment dire grand-chose hein. On veut bien informer les clients mais vaut mieux le faire. Je pense que ça ne nous sert pas parce que en fait on n'a pas besoin d'avoir une étiquette label vert, ça ne va pas augmenter la quantité de clientèle que nous avons parce que d'office le cadre qu'on propose est plus explicite que ce label. Les gens voient bien qu'on habite dans une maison en bois, qu'il y a des potagers partout dans le jardin. Je crois que c'est plus explicite ça qu'un panneau devant la porte qui dit ici gîte vert.

Pouvez-vous me citer des pratiques durables que vous avez mis en place pour le gîte ?

Oui. On est dans une maison en bois en fait qui a une quinzaine d'années, on a tout fait pour que ça soit isolé et on ne chauffe presque pas voilà. On a des poubelles sélectives. Et ça a été encore beaucoup plus marquant cette année à cause du covid parce que les gens ont mangé en chambre, il n'y avait pas de restaurants ouverts et les gens ramenaient énormément de déchets c'était horrible. Je n'ai jamais été autant au tri de ma vie c'est triste franchement les déchets qu'il y a eu cette année. Ah oui, on a fait un compost aussi. Pour la nourriture, on propose principalement des aliments locaux. On privilégie aussi les bouteilles en verre plutôt qu'en plastique. Les articles de toilette sont bio. Le jardin ne reçoit aucun traitement toxique. *Est-ce que vous avez réduit le débit d'eau dans les douches et le robinet ?* Non, parce qu'à l'époque quand on a fait la maison on n'a pas investi dans de la robinetterie comme ça mais si je devais changer oui je le ferais. Mais on récupère l'eau de pluie. On a pas de panneaux solaire. Je ne le fais pas parce que ces panneaux viennent de trop loin. S'il y avait des fabrications belges française ok mais si ça ne vient pas d'ici je vois pas l'intérêt. On consomme très peu d'électricité et oui parce que on a des clients mais franchement je ne suis pas sûr oui peut-être pour notre portefeuille ce serait bien mais écologiquement pas sûr franchement pas sûr. Ça aussi ça demande réflexion. Moi si je n'ai pas compris la raison pour laquelle je fais les choses, si je n'ai pas vraiment, s'il n'y a pas eu une étude faite pour, je ne vois pas l'intérêt de le faire. On croit souvent par exemple en changeant sa voiture que c'est beaucoup mieux parce qu'on va moins polluer alors qu'on casse des voitures que on ne fait que consommer en mettant ça sous le couvert de l'écologie et voilà il y a des tas d'absurdités pour moi qui dysfonctionnent totalement. Au niveau du chauffage, c'est un chauffage au gaz classique et donc il marche surtout pour l'eau en fait. Il fait frais en en été et chaud en hiver

dans notre maison en bois bien isolée. Ça se régule assez facilement une maison en bois et puis on a un feu de bois en bas qui chauffe toute la maison franchement il faut pas grand-chose pour que pour qu'il fasse bon. Nos lampes sont en LED.

Quelle serait votre motivation d'obtenir le label Clé Verte ?

Ce serait d'avoir des infos claires par rapport au développement durable et peut être des facilités par rapport aux infos évidemment donc un gain de temps. Voilà je crois que c'est tout.

Quel(s) critère(s) de la Clé Verte semble pour vous le plus dur à réaliser ?

L'enregistrement de la consommation d'eau et d'énergie, c'est difficile parce qu'on vit dans la même maison oui donc c'est ça qui serait compliqué voyez. Oui je sais qu'avant, on avait une consommation et que depuis les chambres d'hôtes, on en a une autre mais il y a eu des moments où il y a plus ou moins de monde donc je devrais faire une étude là-dessus voilà des calculs quoi.

Votre démarche responsable est-elle un point que vous mettez en avant vis-à-vis de vos clients ?

Oui en dialoguant. Et alors c'est juste sur ma carte, c'est marqué quand c'est du pain maison et le yaourt maison enfin voilà c'est plutôt dans des petites infos comme ça. Ils voient bien qu'on a des jardins en permaculture autour. Le jacuzzi ça on en parle souvent parce qu'ils doivent même mettre des bûches s'ils veulent rester longtemps dedans donc oui ça il y a automatiquement un dialogue. Mettre sur mon site internet, non ça je ne ferai pas. Ça je dois dire je pense que je ne ferai pas parce que pour moi c'est aussi comment mesurer qu'on est dans le bon ? Je trouve que voilà là je vous le dis comme ça mais on est tellement dans la consommation que je me sentirai pas du tout dans le bon jamais. Il faudrait que je fasse dormir les gens sur une paillasse pour ça. Non pour moi on est dans des vies de fous donc non je trouverais ça tout à fait narcissique que de dire que je suis dans le bon. Je pourrais pas faire ça. Je ne le mettrais jamais en avant. C'est comme les points que j'ai sur Booking, je ne les mets jamais en avance, je déteste ça.

Qu'est-ce que vous pensez de l'attitude de vos clients au sujet du tourisme durable ?

Alors là je trouve pas que les gens sont dans le tourisme durable non pas du tout. Bon il y en a beaucoup qui s'intéressent. Après je vais me livrer mais pour moi on fait tous de l'écologie de bobo quoi. Par exemple, pour le tri je dirais que 30 pourcents fait bien attention, les 70% autres ne trient pas. Depuis qu'il y a le covid, pour la plupart c'est des Belges mais sinon c'est vraiment des étrangers qui viennent pour le travail.

Est-ce que vous pensez que c'est un avantage d'intégrer le développement durable dans son activité touristique ?

Oui, sans doute même si je suis pas prête à le faire je pense que ça pourrait forcer l'intérêt général oui.

Quel conseil pourriez-vous donner à des professionnels du tourisme non durable qui souhaitent s'engager dans la voie du développement durable ?

De travailler un maximum avec des partenaires locaux, d'éviter un maximum l'emballage, de bien isoler leurs habitations. Quand on ouvre un établissement, ben qu'on ait à ce moment-là probablement une information pour savoir comment entrer dans cette voie-là. [...]

Quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du tourisme de la province du Brabant wallon pour améliorer le tourisme durable dans la province ?

[...] Eh bien peut être des visites, des propositions d'aide gratuite de visite de l'établissement avant l'ouverture ou pendant sans que ce soit pris comme une pression ou éventuellement une sanction en fait. Voilà un service d'aide qui ferait pas peur.

Pour finir, comment voyez-vous l'avenir du tourisme durable ?

Je sais pas... Peut-être qu'il y aura plus d'établissements qui se lanceront dans le durable, j'ai l'impression. Bah on voit quand même depuis des années dans les salles de bain, il est bien marqué que si les essuies sont encore bien et ben il faut il vaut mieux les garder, que l'eau il faut la préserver enfin voilà ça, c'est quand même marqué depuis longtemps. Donc je crois que quand même beaucoup de gens s'inscrivent là-dedans oui. Il faudrait en tout cas s'inscrire là-dedans.

Anne Claes – Les Six Vallées

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Oui donc moi j'ai un gîte, mais ce n'est pas mon activité principale. Je suis employée plein temps depuis toujours. Et la raison pour laquelle j'ai fait ce gîte, c'est en fait à cause de l'instabilité dans les sociétés. Donc j'avais la malchance de travailler pour des sociétés américaines et dès qu'il y a la moindre chose dans les sociétés américaines, et bien on jette du personnel dehors. Donc tous les 5 ans, je me retrouverais sur le marché du travail et finalement je me suis dit, ben... Ils ont chaque fois très vite fait de liquider les gens comme ça mais moi très vite je retrouvais du travail, j'avais de l'argent. Mais bon maintenant je me suis dit après 3,4 fois, chaque fois que j'avais peur de perdre ma maison, etc. Donc c'était très stressant. Je me suis dit bon là en faisant les calculs de ce qu'on offrait au chômage par rapport à un emploi, je me suis dit que quelque part il fallait que je me mette une bouée de secours. Et donc, j'ai commencé mon gîte en 2009. Ça a mis quand même 9 mois pour toutes les paperasseries, tout ce qu'il faut faire pour avoir un gîte en bonne et due forme tout à fait légal avec les épis et l'approbation du CGT. [...] Ce que j'ai fait par contre pour mon gîte, c'est de garder des prix très démocratiques, c'est-à-dire que les prix que j'appliquais en 2009 n'ont pas encore changé. Je suis peut-être la seule au monde qui maintient un tarif vraiment très

démocratique. Donc moi, j'estimais que la chance d'avoir un gîte et de travailler en plus et bien ça suffisait pour pouvoir ne pas mettre un coup de bambou pour les gens qui voulait partir en vacances. J'estimais que j'avais de la chance et je voulais donner la chance aux autres aussi, c'est-à-dire ne pas être trop cher, etc. [...] Donc ça fait 12 ans que nous avons le gîte. [...] Au début, nous avons beaucoup reçu de gens de l'international, donc ça allait de Nouvelle Zélande à la Californie, au Brésil, à l'Europe de l'Est, l'Australie, donc un petit peu partout. Et à part les Gîtes de Wallonie que nous utilisons, on utilisait aussi des plateformes internationales. [...]

Quels critères considérez-vous lors du choix de vos partenaires ?

Alors on a un partenaire c'est les Gîtes de Wallonie. [...] Ils doivent s'adapter à toutes les normes écologiques, durables, etc. Donc ils ont finalement dû créer des groupes de spécificités. Donc maintenant, il y a des gîtes qui sont écologiques, il y a des gîtes de jardin, il y a des gîtes à ci à ça. Il y a toutes des spécificités suivant un peu la mode écolo du moment je dirais. [...] Bon, nous on est juste un petit gîte rural. On a un grand jardin, on fait de notre mieux pour que les gens soient bien. [...] Du moment que les gens sont heureux, pour nous euh ça peut être du durable très longtemps. [...] Qu'est-ce qu'on appelle écologique maintenant ? Bon, on ne sait pas. [...] Ce qui a d'écologique maintenant, un petit peu par obligation aussi, c'est qu'on nous a obligé le 1er janvier à adopter le tri des déchets, y compris les poubelles à puces. Alors est-ce qu'on peut considérer ça comme un projet écologique ? Parce qu'on a vu que c'était pas très facile à gérer, surtout quand il fait chaud [...], c'est la catastrophe. Donc je ne trouve pas que c'est une bonne idée écolo. Bon on est obligé de se soumettre donc on le fait. Mais bon, les gens acceptent très bien de faire ces tris donc ça c'est quelque chose pour laquelle on est écologique. On est écologique aussi dans le fait que nous avons nos poules, nos coqs, on offre des œufs frais tous les jours, voilà c'est la campagne quoi. La campagne, pour moi c'est écologique.

Quels sont les acteurs qui contribuent à produire le service aux clients ?

C'est moi et mon mari. On fait tout nous-même. Pour le nettoyage, ça s'est moi qui m'en occupe avec mon mari. Tout ce qui est la décoration, pour tout ce qui est le jardin, on fait tout seul.

Pouvez-vous m'expliquer en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Non, je ne sais pas. Oui, on est presque parfois obligé de faire de se soumettre à l'écologie dans le sens où par exemple, on ne se sert plus des ampoules pour la lumière, on est obligé de prendre ces ampoules soi-disant écologiques, mais qui polluent beaucoup plus. Donc l'écologie, c'est pas toujours ce qu'on croit. Il y a beaucoup de à boire et à manger qui se cache derrière ce mot-là. [...]

Qu'est-ce que signifie pour vous l'écotourisme et voyez-vous une différence entre l'écotourisme et le tourisme durable ?

Bah non, vraiment, je ne sais pas. Des gens oui qui viennent avec leurs vélos, c'est de l'écotourisme. [...] Nous, c'est pas de l'écotourisme ou un tourisme durable, mais un tourisme qui rend service. [...]

Est-ce que vous mettez en place des pratiques durables dans votre gîte ?

Nous, tout ce qu'on demande à nos clients, c'est d'être raisonnable avec la consommation d'eau et d'électricité, etc. [...] Nous notre règle, c'est on met un bâtiment, on met des meubles, on fait quand même tout pour que ça plaise, le minimum qu'on leur demande c'est qu'on le respecte. C'est vraiment ça, c'est vraiment le respect. [...] On est pas du tout à même de mettre des panneaux solaires, tout ça, parce que c'est des gros investissements, et finalement, on se dit oui mais après 15 ans il faut les changer donc ce serait de nouveau un investissement, et bon, même si on a travaillé toute notre vie, on n'est pas riche. Et comme on n'a pas augmenté notre tarif depuis 2009, on est franchement pratiquement à la moitié de ce que normalement on devrait demander. [...] D'ailleurs les Gîtes de Wallonie nous ont fait la remarque. [...] Mais j'ai dit, oui mais quand on demande beaucoup plus, des gens ils s'attendent à beaucoup plus. Alors je me dis, moi mon petit gîte-là, [...] Nous, avec nos petits moyens, on a fait tout ce qu'on peut pour que ce soit très joli, très accueillant et ça a l'air de vraiment plaire aux gens, mais moi je ne veux pas demander deux fois plus d'argent et que les gens s'attendraient à trouver des petites cuillères en or dans les tiroirs quoi, tu vois? [...] On a dû diminuer le standing donc moi je ne me vois pas demander beaucoup plus. Je préfère mettre des choses que les gens peuvent voler et qui n'a pas de valeur [...] La nature humaine, c'est la nature humaine, hein. [...] Je suis tellement méfiante maintenant de tout ce qu'on mange. Ce que je fais c'est indiquer tous les marchés qu'il y a aux alentours. [...] Et sur les marchés, ils peuvent trouver tout ce qui est local. [...] Les produits de nettoyages ne sont pas écologiques. Enfin, il faut savoir encore ce qu'on appelle des produits écologiques. Il y a des sociétés qui font des produits écologiques, mais quand tu lis bien l'étiquette, ils donnent des allergies donc il faut faire attention. Non, moi je prends les produits qui fonctionnent. [...] Tu peux avoir un produit éco qui est dilué et avec moins de produits chimiques, mais qui finalement il faut faire la vaisselle deux fois avant que ce soit propre. Je te dis, dans tout ça c'est une mode, c'est fait pour que les gens achètent et c'est beaucoup de blablaba pour souvent pas grand-chose. [...] Quand il y a de la moisissure dans la douche, je préfère prendre un produit AG bien chimique qui en deux minutes va tout nettoyer, plutôt que de prendre un produit éco qui va durer une semaine avant de voir des résultats. [...] L'éco c'est bien, mais tu sais, c'est une mode. Ça va venir et ça va partir. [...] On cajole nos hôtes. Pour nous, nos hôtes c'est comme de la famille et comme des amis quand ils le méritent. [...] Pour moi, quelqu'un qui vient chez moi doit avoir du plaisir depuis le premier jour jusqu'au dernier. Pas commencer avec réduire le débit de la douche, commencer avec des produits éco qui nettoient à moitié, [...] Il faut qu'ils soient en vacances et pas qu'ils aient des contraintes, des ci et ça.

Quelles seraient vos motivations à inscrire votre gîte dans le développement durable ?

Ben je crois pas que ça va se faire. Parce que les gens sont heureux et du fait qu'ils reviennent chez moi, c'est que j'ai la bonne formule. Je pense que des gîtes qui se veulent durables [...] où tout était durable, et bien ils n'ont pas duré figure toi. Ils ont duré 2,3 ans et puis c'était fini.

Alors moi je suis peut-être pas durable, mais au moins je dure. Tu comprends la différence? (rire). Pour moi durable et tout ça, c'est cosmétique. Maintenant tu mets des gens dans un endroit qui est magnifique et tout ça, si ces gens ne se sentent pas bien et qu'ils doivent courir [...] C'est bien d'avoir un endroit durable, mais si c'est pas pour que les gens soient biens,... c'est ça qui est important, tu vois. Donc je préfère avoir un gîte qui est normal, mais où les gens sont biens et reviennent depuis 12 ans avec le sourire. C'est ça qui est important dans la vie.

Quelles sont les freins au développement durable de votre gîte ?

Et bien c'est ça. Je préfère ne pas mettre de contraintes aux gens. Je pense que les gens doivent être bien, c'est tout. Et pour moi ce serait un frein d'investir pleins de choses pour être à la mode écolo, mais où les gens ne se sentiraient pas apprécier à leur juste valeur. Ou il viendrait que parce que tu leur jette de la poudre aux yeux avec des panneaux solaires, avec ceci et cela. Et puis les gens ils devraient tellement faire attention à tous ça... Pour moi ça va pas ensemble. Le bien-être et faire du tape à l'œil écologique, je sais pas. Il y a quelque chose qui est un peu malsain là-dedans.

Est-ce que vous connaissez les critères de tourisme durable de la Clé Verte ?

Pas vraiment, non. Je sais qu'il y a eu une initiative des Gîtes de Wallonie où il fallait faire des aménagements ou quelque chose de spécial pour être un gîte avec un label spécial. Moi je sais pas, tous ces trucs-là, je ne sais pas à qui ça profite, mais pour moi vraiment le plus important c'est que les gens se sentent biens. [...]

Quelles seraient vos motivations d'obtenir le label Clé Verte ?

Bah tu sais, c'est bien d'avoir un label comme ça, mais est-ce que les gens vont vraiment choisir un logement suivant ce label ou est-ce qu'ils vont choisir un logement suivant la disponibilité ou l'endroit où il veulent être. Je ne crois pas que de mettre un label de quoi que ce soit, m'apporterait plus de gens ou moins de gens, je ne sais pas. Est-ce que vraiment ça apporte un plus? Ça dépend vraiment de ce que ça inclut quoi. Je te dis, si ça implique de réduire le débit dans la douche, alors non. Quand tu te laves les cheveux dans la douche, est-ce que t'a envie d'un faible débit ? Si tu ne le fais pas chez toi, pourquoi l'imposer aux autres ? Moi c'est quelque chose que je trouve vraiment un peu radin, ou je sais pas quoi. Moi j'ai cette impression-là que ce serait radin, de vouloir économiser de l'eau et puis ils doivent passer plus de temps sous la douche alors. Pour moi, l'écologie ça a été créé par des imbéciles pour des imbéciles. [...] Pour chaque chose, il faut réfléchir à si tu le ferais chez toi. En faisant le calcul, il y a une personne qui y gagne hein, tu comprends? Moi toutes ces modes, je sais pas ce que ça sert comme but.

Comment voyez-vous l'avenir du tourisme?

[...] C'est un peu politique. Tout d'un coup, il décide qu'il y a une pandémie, donc tout le tourisme doit être arrêté alors qu'il n'y a pas vraiment de pandémie. Quand tu penses que vraiment seulement 0,5% ont été touché et pas les 99,5% d'autres qui auraient pu bénéficier du

tourisme pendant ce temps-là. Mais on a condamné tout le monde à rester chez soi, ce qui est ridicule. Donc tout ça devient un petit peu politique. Alors, maintenant on a aussi le problème thématique. [...] Maintenant, si c'est un tourisme où tu dois t'injecter un poison qui est rouge ou verte, euh hein? Est-ce que c'est ça le tourisme? Je sais pas. Si pour monter dans un avion, tu dois te faire défoncer les narines à chaque fois, euh est-ce que c'est ça le tourisme? Est-ce que c'est ça que les gens veulent? Je sais bien qu'il y a beaucoup de gens qui se sont vaccinés pour justement pouvoir partir en vacances, est-ce que c'est ça le tourisme? Se faire vacciner? Je ne sais pas. Moi je trouve ça vraiment triste. Moi j'accueille les gens, ils veulent mettre leur masque ou pas, je m'en fous c'est leur problème. Moi c'est la liberté quoi. Les vacances ça doit être des vacances. Ça ne doit pas être contraignant au fait que tu t'es fait injecter un poison ou autre chose. Je ne sais pas. Pour l'instant, je trouve que le tourisme ça bat de l'aile. Ça dépend un petit peu des gouvernements. Ils ont envie de décider que la région est en rouge pour une raison x,y ou z qui n'est probablement pas du tout valable, et bah tout d'un coup t'as plus de touristes. Et puis tout 'un coup le lendemain, ça passe au orange ou au vert, tout d'un coup tout le monde doit changer ses plans. Mais ça rime à quoi ça? C'est ridicule! Qu'on laisse les gens vivre, aller où ils veulent et voilà quoi. [...] Pour l'instant, les gens ne doivent pas se faire vacciner pour venir chez nous. Et moi je ne le serai certainement pas. Voilà quoi. Liberté! Liberté!

Quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du tourisme de la province du BW pour encourager le développement du tourisme durable?

Ben écoute. Je vous dirais la même chose que les vaccins. Que ceux qui en veulent, le font, que ceux qui n'en veulent pas, reste des gens simples, naturels, et logiques. (rire) Et pas dépendant d'une mode qui passe. Le durable c'est bien mais va un petit peu dans un gîte durable à Dinant ou à Liège, c'est inondé. Tu sais ils ont fait énormément d'investissements pour que ce soit durable. Ils ont mis des matériaux spéciaux, ils ont peut-être mis des panneaux solaires, et puis un mois après leur maison s'écroule. Moi je veux bien tout ça mais est-ce que vraiment c'est nécessaire? Est-ce qu'il y a pas des choses plus importantes que le tape à l'œil, et bon parce que tu fais du durable, tu vas demander deux fois plus cher pour finalement rembourser ton investissement, est-ce que tu vois avoir autant de touristes quand tu doubles ton prix? [...] Moi je veux bien tout ce qui est durable, mais est-ce que les gens ont besoin de ça? Est-ce qu'on leur jette pas pleins de choses à la figure pour dire qu'ils vont devoir payer plus cher? Je ne sais pas. Avant de faire tout ça, il y a des questions à se poser quoi, des questions qui sont normales (rire). Qu'est-ce que l'être humain à besoin? [...] Par exemple, j'ai un poêle à pelet en plus du mazout. [...] Alors on peut dire que c'est quelque chose de durable ou d'écologique, mais j'ai fait les calculs, je l'ai fait pour moi. J'ai pas pensé écologie. Moi j'ai pensé, le calcul est là, j'ai la preuve que de faire cette combinaison le mazout en hiver avec du pelet en plus, et bien ça joue au niveau des finances, ça oui. Mais ça n'a pas... Est-ce que c'est écologique? Je ne sais pas. Maintenant, tu vas dire écologique oui parce que c'est du bois. L'année d'après, le gouvernement va dire 'ah on ne veut plus aucun poêle à bois parce que ça pollue'. Tu vois? Pour l'instant, on est mangé à toutes les sauces. Tu sais jamais si tu fais quelque chose de bien ou pas parce que finalement c'est le gouvernement qui vient te sortir un tas de sornette, suivant que ça les arrange ou pas. [...] Il faut pas comprendre. Il te raconte

n'importe quoi maintenant. [...] Il faut tout voir. Il n'y a pas qu'une seule face à la médaille écologique. Il faut parfois retourner la pièce et voir un petit peu ce qu'il y a de l'autre côté. Tu vois? (rire) Et je vois que dans ton questionnaire, bon tout est durable ou durable ou durable, mais franchement c'est pas vraiment la marche à suivre. Moi je trouve que mettre l'accent sur le durable, mettre l'accent sur le tourisme durable, c'est pas un tourisme humain! On laisse un peu tomber le côté humain quoi. On met tout sur fin l'environnement, le tape à l'œil, etc. Mais la personne avec ce qu'on offre, la personne elle est bien ou est-ce qu'elle est pas bien? Tu vois, il y a des questions à se poser aussi. Voilà. J'ai pas donné de réponses durables, mais au moins tu sais pourquoi. Je t'ai donné assez d'exemples pour que tu considères... Il y a deux faces au durable. Moi je privilégie l'humain, l'accueil, le bien-être de mes hôtes si c'est un petit peu moins durable et bien tant pis parce que moi je dure plus que des gîtes durables qui durent moins longtemps. (rire).

CONFERENCE CENTERS AND EVENT VENUES

Alexandre Hervens - The Great Abbey of La Ramée

Pouvez-vous me parler un peu de vous et de votre activité ?

Oui, donc je suis le leader Benelux de Châteauform' qui est à son tour leader européen des séminaires d'entreprise. Donc c'est une société française qui organise des séminaires pour des entreprises principalement dans toute l'Europe.

Comment choisissez-vous vos partenaires ? (Fournisseurs, associations intercommunales, fédérations sectorielles, partenaires, sponsors)

Chez Châteauform' on a beaucoup de valeurs et des valeurs bien ancrées. Et alors effectivement, il faut que chaque partenaire puisse répondre aux mêmes valeurs ou en tout cas sensiblement aux mêmes valeurs que celles de Châteauform'. Donc ça c'est un premier critère de sélection.

Quand vous parlez de valeurs, est-ce que vous pouvez les nommer ?

Alors c'est des valeurs de responsabilité tant environnementale qu'humaine. Donc on met l'accent sur le respect des, tant que faire se peut, des valeurs qui font du bien à l'environnement et qui sont respectueuses de l'humain tant les clients que les employés de l'entreprise en fait.

Quels sont les acteurs qui contribuent à produire le service offert aux clients ?

Les vrais acteurs de l'entreprise sont les talents. Ce qu'on appelle les talents, ce sont les employés. Donc encore une fois il y a effectivement un accent qui est mis sur la qualité de service qu'on offre à nos clients. Donc c'est avant tout les talents.

Pouvez-vous m'expliquer en quelques mots en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Mais nous on n'est pas vraiment une entreprise touristique, donc c'est un petit peu différent. Néanmoins, on propose des séminaires en B to B, donc exclusivement aux entreprises. Et encore une fois, justement par le label Green Key, c'est vraiment une belle représentation de ce que sont nos valeurs. Evidemment tu connais le label Green Key qui est un label qui est relativement compliqué à obtenir et qui nécessite beaucoup de critères à respecter, et donc il y a toute une charte à respecter. Donc évidemment déjà le fait qu'on soit labellisé Green Key nous montre effectivement qu'on a beaucoup d'importance et d'exigences à respecter en terme environnemental. Est-ce que ça répond à ta question ? C'était quoi encore ta question rappelle moi ?

C'était : en quoi consiste pour vous le tourisme durable ?

Bah oui, euh, je n'ai pas vraiment répondu à la question, mais c'est effectivement encore une fois être en lien avec la planète et donc tout faire pour valoriser les déchets, pour gaspiller le moins possible pour s'assurer que l'électricité soit utilisée à bon escient et pas de surconsommation, maintenir l'énergie au plus bas possible.

Alors, qu'est-ce que signifie pour vous l'écotourisme ? Et voyez-vous une différence entre les deux ?

Euh la différence entre écotourisme et tourisme durable euh... En fait nous, on propose à nos clients de se réunir dans un espace qui est éco-responsable et donc évidemment on ne peut pas exiger de nos clients qu'ils soient éco-responsables. Je pense que c'est un cercle vertueux. Donc évidemment, si on présente nos services de manière durable, on espère que les clients pourront en faire de même.

Est-ce que l'abbaye de la Ramée a toujours été dans une lignée durable ou est-ce que cela était développé plus tard ?

C'est vrai que la société Châteauform' en règle générale, dont l'abbaye de la ramée évidemment, existe depuis 25 ans. Donc, il y a 25 ans, ce n'était pas une priorité pour personne ces questions d'éco-responsabilité, de durabilité ou en tout cas c'était vraiment la phase embryonnaire. Evidemment certaines sociétés et certaines personnes dans le monde était un petit peu avant-gardiste, mais je veux dire qu'il y a 25 ans c'était pas du tout la norme. Donc que ça s'est développé ces dernières années effectivement, et on s'est rendu compte qu'on avait un réel impact en tant que société parce qu'on est une société qui est quand même grande. Il faut savoir qu'il y a l'abbaye de la Ramée mais il y a aussi plus de 70 autres maisons en Europe donc c'est clair que notre impact carbone aurait pu être assez conséquent si on n'avait pas, il y a plusieurs années déjà, commencé à se pencher sur la question. Et il faut savoir maintenant qu'on a un département entier qui s'appelle le département RSE, donc c'est ce qui englobe toute la responsabilité environnementale et sociale qui travaille à temps plein. Donc il y a toute une équipe qui effectivement au quotidien voit comment on peut améliorer les aspects environnementaux de la société et réellement avoir un impact au niveau de la planète de par nos activités.

Et je n'ai pas eu le temps de regarder. Est-ce qu'il y a d'autres maisons qui ont la Clé Verte ?

Non l'abbaye de la Ramée est la première j'espère d'une longue série, mais on est pionnier, au sein de Châteaufort et on est la première maison effectivement à avoir obtenu le label Clé Verte.

Et pourquoi avoir choisi cette maison ?

Et bien tout simplement parce que le couple d'hôtes... dans chaque maison il y a un couple d'hôtes et on les appelle les couples d'hôtes et donc c'est comme dans une maison d'hôte, les gens qui accueillent nos participants. Et Jan qui était le porteur du projet a estimé que c'était déjà atteignable de recevoir le label Clé Verte et puis aussi que ça pouvait évidemment et c'est aussi un but caché de faire une communication et un marketing positif. Donc ça c'est évidemment loin d'être le seul facteur de motivation pour nous. Mais c'est sûr que les retombées commerciales et les retombées en termes de visibilité de la Ramée sont conséquentes.

Donc ils n'ont pas vraiment dû changer leurs opérations pour avoir ce label et c'était déjà un peu tourné dans le durable ?

Bien sûr qu'il y a eu certains points qui ont dû être adaptés. Mais je veux dire qu'on était déjà toute façon, dans une démarche comme je te l'ai dit, de responsabilité, de responsabilisation au sein de Châteaufort depuis plusieurs années. Donc, c'est clair qu'on n'est pas partie de zéro ou en tout cas à La Ramée, mais il y a eu certains ajustements à faire et c'est ça qui est intéressant aussi, évidemment. C'est de se dire que on est dans une démarche responsable, mais que pour avoir ce label, il fallait professionnaliser certains des aspects. Et c'était pour nous une motivation aussi de pouvoir atteindre cet objectif-là.

En parlant de motivation, est-ce que vous avez d'autres motivations à avoir inscrit l'abbaye de la Ramée dans une démarche de développement durable ?

Non, là encore une fois, la vraie motivation, c'est que c'était l'aboutissement finalement d'une démarche de longue haleine qui a duré plusieurs années. Et l'aboutissement, c'est un peu galvaudé comme mot parce qu'on ne s'arrêtera jamais de diminuer notre impact carbone. Mais ce n'est pas parce qu'on a la Clé Verte que tout est acquis et qu'on peut se reposer sur nos lauriers. Évidemment, c'est un bon point de départ, mais on ne veut pas s'arrêter là évidemment et on veut encore aller de plus en plus loin dans la démarche. C'est clair qu'on a déjà fait un bon travail mais que pour autant qu'on utilise zéro plastique ou qu'on a zéro déchet ou qu'on réutilise nos déchets à 100%. Évidemment, c'est un peu utopiste de vouloir ça mais il y a la possibilité d'y arriver aussi, donc je veux dire, on est dans la démarche, on est déjà bien avancé dans la démarche mais il y a encore énormément de choses à faire pour diminuer encore plus l'impact carbone donc on ne s'arrêtera pas là non.

Et donc est-ce que je peux dire que vos motivations c'était aussi les valeurs de l'entreprise ?

Oui, bien sûr. Oui c'est sûr.

Et lorsque vous avez inscrit l'abbaye de la ramée dans une démarche de développement durable, quels sont les freins que vous avez rencontrés ?

Ben c'est vrai que ça n'a pas été facile parce que l'abbaye de la Ramée est une maison qui existe depuis le 13^e siècle. Donc tu te doutes bien qu'au 13^e siècle, l'éco-responsabilité c'est un concept qui n'existait absolument pas du tout. Par exemple la grange, qui est la plus grande grange d'Europe et qui est justement une grange du 13^e siècle, c'est sûr que quand on doit chauffer la grange, il y a encore certains aspects qui nous échappent un petit peu et donc la consommation directe d'énergie est évidemment relativement conséquente, on ne peut pas dire que ce soit un bâtiment passif et pourtant on continue à y organiser des événements. Donc là, c'est effectivement un peu la limite de l'éco-responsabilité mais on doit quelque part jouer avec le bâtiment qui nous est donné et l'envie d'être éco-responsable. Idem pour les canalisations, on a fait des travaux pour faciliter ça, mais ce sont des tuyaux qui ne sont pas galvanisés, donc maintenant les nouveaux tuyaux ils sont complètement hermétiques et là il y a effectivement des tuyaux qui étaient en métal et donc qui rouillent et donc forcément il y a des pertes infimes d'eau qui pourraient être évités. Donc oui, effectivement on doit travailler avec un bâtiment qui est ancien, qui n'a pas été conçu dans une logique éco-responsable et donc dans une logique de bâtiment passif. Néanmoins ça ne nous a quand même pas freinés. Mais encore une fois, il y a toujours la possibilité de faciliter ça, mais il y a des coûts énormes à faire donc on fait dans la mesure du possible. On fait de notre possible et on fait avec les cordes qu'on a évidemment.

Et donc l'aspect financier, c'était aussi un petit obstacle ?

Dans un bâtiment comme celui de la Ramée qui est gigantesque, oui, évidemment. Si on veut faire d'un bâtiment comme l'abbaye de la Ramée un bâtiment passif, il faudrait dépenser des millions d'euros donc oui c'est clairement un frein.

Pensez-vous que les freins que vous avez rencontrés peuvent dissuader certaines personnes de se lancer dans une démarche de développement durable ?

Ah non, pas du tout parce que on en est la preuve vivante. On a un bâtiment qui est énorme et qui n'est pas facile et pourtant on a obtenu le label Clé Verte. Donc justement les 3/4 des bâtiments fin je dis un chiffre au hasard, mais j'ai l'impression que la grande majorité des bâtiments à Bruxelles, quel qu'il soit, ne sont pas des bâtiments passifs. Et on sait bien que pour obtenir un bâtiment passif, il faut qu'il soit construit neuf et que y'a une série de règles à respecter qui ne sont pas accessibles au plus grand nombre. Néanmoins, même avec les freins qu'on a à La Ramée, on a quand même obtenu le label Clé Verte, donc c'est dans les côtes de tout le monde de faire de son mieux et de trouver des moyens pour diminuer son impact. Donc c'est clairement à la portée de tout le monde. Et puis moi j'aime bien l'exemple du colibri de Pierre Rabhi. Je ne sais pas si tu connais mais c'est l'histoire d'un grand feu de forêt et tous les animaux de la forêt veulent éteindre le feu et puis t'as le colibri qui est un tout petit oiseau qui prend de l'eau dans son bec et qui va faire des aller-retours de la rivière jusqu'au feu et qui à chaque fois mets quelques gouttes sur le feu pour l'éteindre et les autres animaux,

disent au colibri “mais, ça ne sert à rien ce que tu fais”. Et puis lui il dit “bah si je fais ma part”. Et donc si tous les animaux de la forêt et les colibris font leur part, alors on arrivera au bout du feu de forêt quoi. Donc c’est un peu une belle image et c’est Pierre Rabhi (que tu pourras rechercher) qui est un philosophe et infirmier qui fait de la permaculture depuis des années et qui, effectivement, est le porte-étendard de l’écologie. Et lui, effectivement, il fait à son niveau ce qui peut faire. Mais si on fait tous la même chose, on y arrive.

Euh, est ce que vous est-ce que vous rencontrez des difficultés d'aujourd'hui en lien avec le développement durable et si oui, lesquels ?

Bah oui, c'est un petit peu en lien effectivement avec ce que tu disais, quels sont les freins. C'est sûr qu'on peut faire de notre mieux, mais il y a effectivement certains freins. Après il faut voir jusqu' où on veut aller dans la démarche responsable évidemment. Si on veut être 100% autonome et qu'on veut être dans le zéro déchet et dans la réutilisation à 100% de tous les déchets, alors là, on est effectivement à un autre niveau. Donc oui ça, ça pourrait être des freins. Encore une fois, on fait du mieux qu'on peut. Le label Clé Verte est un label qui est quand même relativement exigeant et relativement responsable. C'est comme le label bio, il faut répondre à toute une série de charte pour produire bio. Cela ne veut pas dire que les personnes qui vendent du bio sont à 100% irréprochables, donc oui ils ont besoin d'eau pour arroser les plantes, donc ils consomment de l'eau évidemment, de temps en temps, ils doivent utiliser du plastique parce qu'ils doivent répondre à certaines règles d'hygiène pour certains magasins, et cetera. Donc il y a toujours des freins et des limites malheureusement.

Connaissez-vous les critères de tourisme durable de la Clé Verte ?

Oui.

Et que pensez-vous de ces critères ?

Ils sont relativement exigeants. Et puis c'est évidemment normal parce que, encore une fois, c'est un label qui demande une certaine exigence.

Et quel a été pour vous le plus dur à réaliser au niveau des critères de la Clé Verte ?

Là, je pourrais difficilement m'exprimer parce que c'est mon collègue Jan qui a eu toute la liste des critères à respecter pour être certifié Clé Verte. Donc je peux t'encourager à le contacter, ou alors tu m'envoies un e-mail pour que je puisse lui envoyer avec cette question spécifique comme ça je pourrai lui demander.

Votre démarche responsable et tel un point que vous mettez en avant vis-à-vis de vos clients. Si oui comment ? Si non, pourquoi ?

Bah oui, bien sûr. C'est clair qu'on l'a fait dans notre démarche de responsabilité mais comme je te le disais, on en profite pour communiquer. Donc notre lieu, l'Abbaye de la Ramée est déjà référencée sur le site même de Clé Verte. Et puis on a mis aussi qu'on était labellisé Clé Verte sur notre propre page que tu peux aller voir si tu tapes Abbaye de la

Ramée Châteauform', tu verras que sur la présentation de la maison, on a le label et je sais que la Commission européenne exige de faire des événements que dans des lieux labellisés Clé Verte. Donc ça, c'est évidemment un bel avantage pour nous aussi.

Pensez-vous que c'est un avantage d'intégrer le développement durable dans son activité touristique. Pourquoi ?

Ben oui, parce que d'un, c'est évidemment dans l'air du temps, mais aussi et surtout parce que tout le monde devient sensible à l'écologie et tout le monde se rend compte effectivement que c'est devenu pas essentiel mais carrément indispensable pour assurer la survie de la planète. Et donc chaque individu devrait pouvoir faire de son mieux pour diminuer son impact carbone. Et encore une fois, nous, en tant que société, on a réellement notre rôle à jouer à ce niveau-là.

Quels conseils pourriez-vous donner à des professionnels du tourisme traditionnel qui souhaitent s'engager dans la voie du développement durable ?

Ben de se renseigner, notamment de voir quels sont les critères à respecter pour être labellisé Clé Verte. Mais je sais que tous les intervenants ne peuvent pas respecter tous les points, mais en tout cas je trouve que le label Clé Verte est une référence en la matière. Tous les professionnels du tourisme devraient pouvoir se rapprocher de la charte Clé Verte pour effectivement être aligné à une démarche enfin enclencher une démarche responsable.

Quelles sont les recommandations que vous feriez à la Fédération du Tourisme de la Province du Brabant wallon pour améliorer le tourisme durable dans le Brabant wallon ?

Là, je pense que c'est un petit peu en dehors de mes capacités de répondre à cette question. Je ne suis pas politicien et je ne suis pas non plus un porte-drapeau même si on pourrait le devenir qui c'est, mais de cette démarche. Donc là je laisserai le soin aux personnes compétentes de répondre à ta question.

Pour finir, comment voyez-vous l'avenir du tourisme durable ?

Et bien écoute, là on peut un peu rêver et être un petit peu utopiste et puis finalement quelque part au plus on est utopiste, au plus on peut se rapprocher de la perfection je dirais. Effectivement je pense que chaque intervenant dans le tourisme et dans des lieux qui effectivement sont à l'origine potentiellement polluants, devraient effectivement s'inscrire dans cette démarche durable parce qu'encore une fois, nous, on accueille des milliers et des milliers de personnes sur notre site de la Ramée, donc c'est sûr qu'on pourrait avoir une empreinte carbone qui est élevé et donc encore une fois c'est pour ça qu'on s'inscrit dans cette démarche durable parce qu'on sait qu'on peut avoir un impact à la fois négatif mais surtout positif en terme d'écologie. Donc j'encourage tous les hôteliers, tous les acteurs du tourisme que ce soit en BtoC donc business-consumer ou BtoB d'emboîter le pas et de vraiment montrer le bon exemple.

Et au niveau de votre clientèle, je me demandais, est ce que c'est plus des Belges ou alors vous avez aussi des entreprises de l'étranger ?

Non, alors maintenant avec la crise, évidemment, c'est surtout du commerce, du business local. Mais c'est clair qu'en règle générale, la Belgique étant le centre de l'Europe et dans un pôle assez important du tourisme et du commerce international, c'est vrai qu'avant la crise, on avait presque 30% des participants qui venaient de l'étranger.

Donc effectivement on est dans une démarche de longue haleine mais on a déjà effectivement commencé à se remettre en question, nous-mêmes. Et puis évidemment, espérons qu'on pourra influencer les participants qui viennent de l'étranger à s'inscrire dans une logique durable à long terme.

Appendix 7: Coding of the interviews

Motivations (n=18)	
Personal conviction (6)	<p>"It is obvious." (Adventure Park, Dimensions M, Espaces d'Or)</p> <p>"For me it's innate to say bah... let's be careful with nature. [...] It makes sense for us." (Adventure Park)</p> <p>"It is a way of being, a way of living [...] It is the respect of others, of the family, of the environment, finally the respect declined in all the sectors." (Dimensions M)</p> <p>"We always say to ourselves that our passage on earth should not be a consuming one but we should leave something positive." (Dimensions M)</p> <p>"It is common sense." (Villers Abbey)</p> <p>"We did it out of personal interest. I wasn't thinking about a label at all at the time. It was for me... it was obvious that we had to go in that direction." (Gîte des Bruyères)</p> <p>"I find the motivation is more personal. It's because I think we have to do it. We have to do it. In fact, I think it's normal that we go towards this." (Les Gîtes du Passavant)</p>
Lifestyle (5)	<p>"That's just my lifestyle." (Indrani Lodge)</p> <p>"As I said, for us, it's part of our daily life, so it's really the way we live on a daily basis and so it seemed quite logical to propose this kind of approach or to have this same approach in relation to the gîte." (Gertrude & Friends)</p> <p>"It's because I find that life is like that, I've lived like that since I was very young." (L'Eau Claire)</p> <p>"What I do at home, I reproduce at work and the reverse is also true, so for me it is something that is natural." (Napoleon's Last HQ)</p> <p>"It is to have a gîte in our image and our image is not to waste and to show ourselves the kings</p>

	of the world. [...] It was a choice. It was obvious from the start.” (La Bachée)
Concern about the environment and future generations (3)	<p>“I want my children and my grandchildren to grow up in a world that is still beautiful, that we don't hand them a completely destroyed land.” (Les Mésanges)</p> <p>“we always say to ourselves that our passage on earth should not be a consuming one but we should leave something positive. So I don't know what, I can't define it, but positive certainly in relation to our children and so on. And so if we don't take a sustainable approach, we will simply be consumers and we will only draw a certain number of things and we will leave a little less for the others and that is not the goal” (Dimensions M).</p> <p>“Because when we have children, when we are adults, we want to leave a little less footprint for the next one.” (L'Eau Claire)</p>
Ethical stance of the organization (2)	<p>“It was in line with the company's values of environmental and human responsibility.” (The great abbey of La Ramée)</p> <p>“It has been part of our concerns since the opening of the foundation, and for Folon it was part of his concerns since the 60s.” (Folon Foundation)</p>
Increasing customer awareness (2)	<p>“People are paying more and more attention to this.” (Villers Abbey)</p> <p>“And once again it's in the spirit of our time, people are paying attention to all this.” (Adventure Park)</p>
Obtain a marketing advantage/ improved image (2)	<p>“And then I find that from a marketing point of view it is a strong trend. [...] It is clearly a concept that we cannot afford not to do.” (Villers abbey)</p> <p>“For our image, it is essential that we respect the ecology.” (Villers Abbey)</p> <p>“It is a brand image too.” (Adventure Park)</p>
Personal awareness of tourism professionals (1)	<p>“For some time now, there has been a lot of thinking in the museum field. It is important to know that we have said that the museum should no longer be reserved for an elite, should no longer be reserved for all the middle-class people, but should open up [...] to all citizens and by opening up to all citizens, we become sustainable.” (Wellington museum)</p>
Demand from higher authority (2)	<p>“The first one, well, it's kind of the higher powers that ask us, so it's already something.” (Wellington Museum)</p> <p>“It is also a motivation of the Province since it has announced a hummingbird plan that aims very clearly to reduce the carbon footprint of the province, i.e. the administration and its institutions.” (Napoleon's Last HQ)</p>

Costs savings (2)	<p>“I already have panels, well, maybe I didn't install them in the spirit of ecology. I have installed them in the spirit of earning money or paying less.” (Les Bergers)</p> <p>“Well, there's always the economic aspect too.” (Les Gîtes du Passavant)</p>
Obstacles/barriers (n=18)	
High investment costs involved (11)	<p>“They are mainly financial because obviously when one must make work in a classified house, it is thus specialized craftsmen thus automatically they cost more. Sometimes it's materials that you have to go back early to find, that costs more.” (Wellington Museum)</p> <p>“In a building like the one in La Ramée, which is gigantic, the financial aspect can be an obstacle, obviously. If we want to make a building like the Abbey of La Ramée a passive building, we will have to spend millions of euros.” (La Ramée)</p> <p>“Finances because investments are important. So we have the profits afterwards, but we have to invest. And when you do it with small means, which are the means of one person or a small limited liability company, it is still difficult. So yes, there are finances because you have to make choices and you are certainly limited in certain options.” (Dimensions M)</p> <p>“We put solar panels so that was a financial obstacle at the beginning.” (La Bachée)</p> <p>“These are financial barriers.” (Les Bergers)</p> <p>“Financial. It's still very expensive. It's very expensive and sustainable and environmental investments are not investments that can be transferred to the cost, the price of a room.” (Espaces d'Or)</p> <p>“It's an investment, so behind that investment is money to be invested.” (Adventure Park)</p> <p>“If we look at the entrepreneur who has to make the investment, he has to finance it somehow. There is no help, none. [...] There are huge obstacles, and these obstacles are financial.” (Indrani Lodge)</p> <p>“It is very complicated to get help, it is very complicated to get subsidies.” (Gertrude & Friends)</p> <p>“But yes, it's time and money that we lack. Otherwise it would be done already.” (Les Gîtes du Passavant)</p> <p>“The milk when it is whole and organic it is more expensive than a skimmed milk and worked of a not eco logical mark here is yes everything costs more expensive in organic and in sustainable about.” (L'Eau Claire)</p>

Administrative stagnation (3)	<p>“I live in a classified place. I can't do anything. If we have to do something to change the chases, I have a year and a half of approval. I have to talk to 5 civil servants [...] it's Belgium and as I said it's the administrative stagnation it's terrifying. For all the permits, it's complicated.” (Indrani Lodge)</p> <p>“Here we are in a historical building, a classified building. And so in a classified building you can't do what you want. So this building was built in 1705 and for example, as soon as you change a window frame, you have to ask the authorization to the monuments of the sites otherwise you can't do it like that.” (Wellington Museum)</p> <p>“And so even to add an extra garbage can is a very heavy administrative process.” (Folon Foundation)</p>
Infrastructure (2)	<p>“When you see that we are in a magnificent park of 257 hectares in a classified building, we are already in a privileged environment. But to be able to have containers for the selective sorting, in fact the trucks do not come until the park. If we wanted to do it, we would hire/pay a private company and it would be more expensive than a foundation (we are a private foundation so we don't get any subsidies) and therefore we can't afford this kind of thing.” (Folon Foundation)</p> <p>“Here in Hélécine we don't have many ways to invite the public to come by public transport. The majority of the public comes by car”. (Castle of Hélécine)</p>
Lack of knowledge or expertise (2)	<p>“I don't have a lot of information about anything sustainable. But anyway, I don't really see what I could do.” (Les Bergers)</p> <p>“There is not so much clear information about this and how to proceed and certainty.” (L'Eau Claire)</p>
Doubt on profitability (2)	<p>“More philosophically, it's a bit of a doubt in the sense that the question I asked myself was how to really make this commitment profitable. How to make sure that this commitment produces results. And sometimes when you are at the beginning of the process you don't see things very clearly. And so here we are, do I do it? Will my commitment be limited to myself and my good conscience or will there be spin-offs and so on?” (Dimensions M)</p> <p>“If we still have to take money out of our pocket to put solar panels, which is something we can never pass on to our rentals, never, it is a financial barrier and a profitability barrier. [...] So we must always find the right balance between trying to avoid having too much of a</p>

	<p>footprint on our environment and developing an activity that wants to be profitable at a given time, so we must be able to attract people and make sure that they are happy with the quality of the accommodation or the service they receive. ”</p> <p>(Gertrude & Friends)</p>
Lack of demand for sustainable tourism (1)	<p>“I think that the barriers are mainly the hosts who are not... today I think that the customers are not ready to make an effort during their vacations.” (Gertrude & Friends)</p>
Time (2)	<p>“But yes, it's time and money that we lack. Otherwise it would be done already.”(Les Gîtes du Passavant)</p> <p>“Time and money. You have to do a lot more research to find sustainable products. You have to read a lot more, you have to compare because just because it was written eco doesn't mean it is.” (L'Eau Claire)</p>
Classified site (3)	<p>“You have to know that we are a bit slowed down because here we are in a historical building, a classified building. And so in a classified building you can't do what you want.” (Wellington museum)</p> <p>“The first obstacle is the fact that it is a classified site, so we must always be in adequacy, to seek the solution so that we can meet the 2 objectives, thus the preservation but also the greener side.” (Napoleon's Last HQ)</p> <p>“So this is one of the difficulties, I live in a classified place I can't do anything.” (Indrani Lodge)</p>
Sustainability skeptics (1)	<p>“Eco is good, but you know, it's a fad. It will come and go.” (Les Six Vallées)</p>
Ways to overcome the obstacles (n=18)	
To overcome high investment costs	
Starting step by step (2)	<p>“And then uh I would say that the most important thing, as for many projects, it's not specific for sustainable development but it's to start little by little. And uh not to want to do everything at the beginning at once because if we want to do everything at once it must be very expensive. [...] I think it's better to go step by step and set up something easy like selective sorting for example. [...] and then we move on to another step and so on. It's not the fastest way obviously but I think that for it to be sustainable over time and for it to work I think it's a good way.” (Villers abbey)</p> <p>“To start with the smallest things like we do in the end. It's the little drops that make the big oceans, so take one action at a time, pause it and then say ok we're going to take another step, etc. So it's really starting with simple things and</p>

	above all creating interest and the will to work together within the team.” (Napoleon’s Last HQ)
Receiving subsidies (2)	<p>“And if we had incentives, it’s clear that this would be an additional motivation. But incentives that are worth it. If it is to receive 300€ on an investment of 15.000€... But yes, no, the incentive is clear that it could make us move faster. Yes, probably yes.” (Les Gîtes du Passavant)</p> <p>“It is very complicated to get help, it is very complicated to get subsidies. If someone says to me tomorrow, we finance with you the solar panels, but I would say yes.” (Gertrude & Friends)</p>
To overcome the lack of knowledge or expertise	
Being a member of the Gite of Wallonia (6)	<p>“Because we were starting out, we didn’t have a lot of experience in this area, and we were hoping with the Gîtes de Wallonie to have a bit of support and help to be able to have easier access to authorizations and to a whole series of sound advice.” (Gertrude & Friends)</p> <p>“My privileged contact to start this activity which is still new for me is the federation of the Gîtes de Wallonie. So they gave me a lot of information. I am really very happy with their services. They told me all the forms that I had to fill in to give to the CGT. [...] So this is for the administrative part to start this activity.” (Les Mésanges)</p> <p>“The sectoral federation, we immediately registered with the Walloon hostel because it seemed obvious to us since we are in Wallonia. So there you have it, they were ready to give us all the information we needed to take steps with the CGT and so on, for the premiums.” (Gîte des Bruyères)</p> <p>“We also have uh from the point of view of the entities or the authorities super we are members of the gîtes de Wallonie. This means that we have a lot of um, guidelines for our activities, so to improve our services and so on, so it’s important.” (Dimensions M)</p> <p>“And so that’s why I’ve always been looking for help [...] But it’s true that when you want to be helped at the level of people, formations you find them. I mean at the level... they are available and Marie or others that it is the federation of the lodgings of Wallonia, even to the CGT sometimes I returned to ask my questions there or Clé Verte or WDQ frankly they are accessible and they want to help.” (La Bachée)</p> <p>“Alors on a un partenaire c’est les Gîtes de Wallonie.” (Les Six Vallées)</p>

To overcome the lack of info and time	
Using the Green Key criteria as a guide or joining the Green Key program (3)	<p>“It [the motivation to obtain the Green Key label] would be to have clear information in relation to sustainable development and perhaps facilities in relation to the information obviously so a saving of time. I think that's all.” (L'Eau Claire)</p> <p>“But in any case it was an extremely interesting guide and which allowed us to make our choices notably technical or of conception of house, of the style management of water for example where we have criteria of use of rainwater therefore we envisaged the circuits which it was necessary, euh the energy criteria etc.” (Dimensions M)</p> <p>“And so that's why I've always been looking for help [...] But it's true that when you want to be helped at the level of people, formations you find them. I mean at the level... they are available and Marie or others that it is the federation of the lodgings of Wallonia, even to the CGT sometimes I returned to ask my questions there or Clé Verte or WDQ frankly they are accessible and they want to help.” (La Bachée)</p>
Insight into their customers (n=18)	
Customers don't come because it is sustainable (5)	<p>“The customers who come to us do not come because we are responsible.” (Adventure Park)</p> <p>“There are some who come because for one reason or another or who come to discover the restaurant.” (Indrani Lodge)</p> <p>“When they come here, they come to take a breath of fresh air because they often live in the city.” (Les Mésanges)</p> <p>“But on the other hand it's a bit of a concern [...] that people don't come to my place for that. They come because the setting is beautiful.” (La Bachée)</p> <p>“We also do a lot of promotion of local activities and local artisans. But like I said for me, I don't think that's a criteria. I don't think that's why people come.” (Gertrude & Friends)</p>
Customers don't care about labels (1)	<p>“When you go on vacation and you think about what you are going to visit, do you seriously look at the labels that the sites you are going to visit have? Nobody does that. That's what you need to know too.” (Wellington Museum)</p>
Customers don't care about sustainable tourism (2)	<p>“We have 50% of our clientele who don't care and 50% of the clientele who are really interested.” (Indrani Lodge)</p> <p>“I don't think that people are into sustainable tourism, not at all.” (L'Eau Claire)</p>

Some customers were interested in sustainable tourism during their stay (5)	<p>“We sometimes have very long conversations with clients who are a little bit interested in our project.” (Dimensions M)</p> <p>“The clients who come here are surprised by what it [sustainable tourism] means when they leave here. They say Oh, but I thought a sustainable hotel had a garden, we ate organic food and that's it. When we tell them that their hot water doesn't consume carbon, they say 'ah but I never asked myself the question of knowing where I get my hot water from in another hotel. But once we explain it to them, they are delighted.” (Indrani Lodge)</p> <p>“We have 50% of our clientele who don't care and 50% of the clientele who are really interested. [...] They say to me but how could I do this at home, can you recommend someone we can call, uh I don't live far, do you think that... There are really more and more of them, so this is going in the right direction.” (Indrani Lodge)</p> <p>“But in any case, even those people who didn't come for this were a bit alerted by the concept.” (La Bachée)</p> <p>“Our customers are interested in the materials that we used, so there all the ceiling is in clay, in general yes I find that the insulation, the heating, there are some who are interested and more than before.” (Gîte des Bruyères)</p> <p>“Well, there are many who are interested.” (L'Eau Claire)</p>
Customers don't want to be educated on sustainability (1)	<p>“And I even think that not all customers are willing to be lectured somewhere on eco-sustainability.” (Les Mésanges)</p>
Customers don't want to sort waste (4)	<p>“But sometimes it is necessary to remind it, I don't hide you that even the visitors sometimes they are not very careful.” (Villers abbey) (La Bachée)</p> <p>“We take care ourselves to bring it to the containers because we realized, for the guests, it was there, they pay attention 2 days, 3 days, and at the moment when they leave, they take the garbage can and they put all in it because they don't want during their vacations to have to begin to run to the right and to the left or to keep the sort.” (Gertrude & Friends)</p> <p>“For example, for sorting I would say that 30 percent are careful, the other 70 percent do not sort.” (L'Eau Claire)</p>
Motivations to be certified Green Key (n=18)	
Opportunity to accept ecocheques (2)	<p>“There is an opportunity here, we will not hide it, it is to be able to accept the ecocheques.” (Adventure Park)</p>

	<p>“Acquire new customers since we are also recognized in the eco-check system” (Villers abbey)</p>
Pledge of quality (1)	<p>“And this label really goes in what we want: quality, that's it, we really want.” (Adventure Park)</p>
Official recognition (4)	<p>“From the moment you want to be qualitative and good in what you do, you try to put all the weapons on your side because a label allows you to have an official recognition.” (Adventure Park)</p> <p>“Yes, but also a recognition of the work already accomplished by the teams to develop the environmental side of the Abbey site.” (Villers abbey)</p> <p>“And so having the Green Key label, it is to value what we have done (I do not say to value financially) but it is rather to highlight or to recognize what we have done. It's a recognition of the effort we have made”. (Gîte des Bruyères)</p> <p>“So the incentives, I think that would be additional recognition.” (Napoleon’s Last HQ)</p>
Certification within reach (4)	<p>“At the beginning it was not clear if we were going to get the label or not. We considered that the criteria of the label were really interesting and then we said to ourselves: well, we have done all the work, why not get the label?” (Dimensions M)</p> <p>“Yes well I think we meet almost all the criteria except mobility. [...] Yes why not absolutely.” (Indrani Lodge)</p> <p>“Yes, considering the approach we have and what we do, it's not really complicated to get it. [...] Yes because when I see there is not much effort to make.” (Espaces d’Or)</p> <p>“it was already attainable to receive the Green Key label.” (La Ramée)</p>
Clear structure (2)	<p>“It was especially to formalize things, it is to organize us to continue in other normal practices of life.” (Dimensions M)</p> <p>“It is to say that we are in a responsible approach, but that to have this label, it was necessary to professionalize some aspects.” (La Ramée)</p>
Alignment of personal conviction (2)	<p>“Because it fits me and it's what we want. It's what we want in...it's us, it makes sense, it makes sense in our life and in our way of seeing life.” (La Bachée)</p> <p>“Well, we wanted to do it at the beginning because we thought it was completely in line with our approach, our philosophy [...]” (Gertrude & Friends)</p>

Positive marketing (1)	“It could obviously and it is also a hidden purpose to make a positive communication and marketing.” (La Ramée)
More visibility (2)	“But it is sure that the commercial benefits and the benefits in terms of visibility of the Ramée are significant.” (La Ramée) “To get known.” (Villers abbey)
Outcome of efforts (1)	“The real motivation is that it was the result of a long process that lasted several years.” (La Ramée)
Pressure on customers to participate in the sustainable approach (1)	“Well, we wanted to do it at the beginning because [...] it may also add a little pressure on customers, to say, well, they are Green Key, we must participate in the process.” (Gertrude & Friends)

Appendix 8: Sustainable tourism practices currently adopted

Frequency of mentions are shown in brackets, and these are put in rank order

Sector	Sustainable tourism practices
Accommodations (n=11)	
	Having a good insulation (10)
	Sorting waste (7)
	Replacing all lamps with LED lamps (6)
	The bath products are ecological, organic (6)
	Buying eco-friendly cleaning products (5)
	Offering organic, local, fair trade food (5)
	The garden does not receive any toxic treatment (4)
	Reducing water flow in showers and faucets (4)
	Harvesting rainwater (4)
	Installing a heat pump (4)
	Offering only still and sparkling water from tap water, no plastic bottles but rather in glass (4)
	Making a compost (4)
	Providing facilities for bicycle (4)
	Providing bicycles to customers (3)
	Providing information and timetables for public transportation (3)
	Furniture/decoration are ethical or second hand (3)
	Installing solar/photovoltaic panels (3)
	Making geothermal energy (2)
	Making homemade soaps or detergent (2)
	Being part of a cooperative or create one (2)
	Provide soap dispensers (1)
	Offering recharge for electric car (1)
	Proposing shuttles between the train station and the tourist accommodation (1)
	Putting up feeders and nesting boxes (1)
	Geothermal heating of the pool to make it carbon neutral (1)
Attractions (n=6)	

Providing facilities for bicycle (5)
Sorting waste (4)
Offering organic, local, fair trade food or products (3)
Making a compost (2)
Replacing all lamps with LED lamps (2)
Using eco-friendly cleaning products (2)
Eco-grazing (2)
The garden does not receive any toxic treatment (2)
Harvesting rainwater (1)
Reducing water flow in faucets (1)
Recording water and energy consumption (1)
Putting up signs on sustainable actions of the tourist attraction (1)
Installing solar/photovoltaic panels (1)
Offering only still and sparkling water from tap water, no plastic bottles but rather in glass (1)
Having a good insulation (1)

Abstract :

The continuous expansion of tourism, which has become one of the most important sectors nowadays, has resulted in a large number of negative impacts. Examples include the destruction of natural resources and severe pollution. Therefore, is it possible for tourism businesses to transition towards sustainability in order to promote a more responsible tourism and pursue more sustainable objectives such as environmental preservation, local community well-being and long-term economic viability? A concept of tourism has evolved in the literature: Sustainable tourism. The purpose of this thesis is to address the concept of sustainable tourism and its implications in the tourism sector, with a particular emphasis on Walloon Brabant. The thesis is divided into a literature review to define and explore the concept and an empirical research based on interviews with eighteen tourism businesses. The exploratory analysis aims at highlighting the motivations that tourism enterprises in Walloon Brabant have or would have to develop sustainable tourism, as well as to determine what obstacles they encounter when developing sustainably. The empirical research was based on a qualitative study using semi-structured interviews. To have a diverse sample, different types of tourism companies were chose, mainly attractions and accommodations. From our study, we conclude that sustainable tourism remains an opportunity for tourism businesses today, but will become a necessity in the future. We have also identified measures to overcome barriers and made some recommendations to tourism authorities and tourism enterprises to encourage this shift towards sustainability.

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Louvain School of Management

Place des Doyens, 1 bte L2.01.01, 1348 Louvain-la-Neuve
Boulevard Emile Devreux 6, 6000 Charleroi, Belgique
Chaussée de Binche 151, 7000 Mons, Belgique

www.uclouvain.be/lsm