

I- Concept et vision de l'agence de voyage durable.....	3
1.1 Définition du tourisme durable	3
1.2 Les valeurs et objectifs de l'agence.....	3
II- Étude de marché et ciblage.....	4
2.1 Analyse des tendances du marché touristique	4
2.2 Identification des clients potentiels	4
III- Choix des destinations et partenariats locaux	5
3.1 Eviter de sélectionner des destinations sujettes au tourisme de masse.....	5
3.2 Collaboration avec les acteurs locaux et communautés locales	6
3.3 Guides qualifiés	6
IV- Privilégier les fournisseurs et partenaires engagés.....	7
4.1 : Achats durables	7
4.2 : Partenaires engagés.....	7
A - Hébergements.....	7
B - Activités.....	8
C - Focus sur les activités sensibles	9
4.3 Promotion des modes de transport écologiques	11
A- Destinations accessibles	11
B- Options de transports	12
V- Conception des offres et packages touristiques durables	13
5.1 Création d'itinéraires respectueux de l'environnement et des communautés locales ...	13
5.2 Inclusion d'activités éducatives et culturelles	13
VI - Marketing et communication.....	14
6.1 Communication et promotion	14
6.2 Stratégies de communication pour promouvoir le tourisme durable.....	14
VII- Prévention face aux risques	17
7.1 Préservation des sites culturels et de l'environnement	17
7.2 Protection des enfants contre toute forme d'exploitation.....	18
7.3 Une offre engagée et responsable.....	18

7.4 : Achats de souvenirs.....	18
VIII- Dons et actions positives	19
8.1 Dons	19
IX- Mesure des impacts et amélioration continue	19
9.1 Mise en place d'indicateurs d'impacts carbone	19
9.2 Respect et amélioration des politiques établies.....	20
X- Engagement et suivi.....	20
10.1 Responsabilités et gouvernance	20
10.2 Révision de la politique	20

I- Concept et vision de l'agence de voyage durable

1.1 Définition du tourisme durable

L'ONU nous donne une citation claire du tourisme durable : *"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"*.

1.2 Les valeurs et objectifs de l'agence

Selon nous, une agence de voyage durable conçoit ses offres avec une connaissance approfondie des destinations, acquise grâce à une immersion directe sur le terrain. Cette expertise permet de comprendre les dynamiques locales et de proposer des expériences authentiques, en harmonie avec les cultures et les traditions des communautés d'accueil.

En tant qu'agence locale installée en plein cœur des villages blancs de l'Andalousie, nous avons depuis 2013 acquis une large connaissance des séjours et activités que nous proposons. Nos très bons liens avec les professionnels sur place et habitants du village, promettent un accueil optimal de nos clients, qui sont reçu avec plaisir et générosité. A ces deux critères de durabilité s'ajoute des efforts environnementaux que nous prévoyons de réaliser au cours du processus Travelife et tout au long des années à venir.

Une agence durable est en fin de comptes pour nous, une organisation touristique en pleine conscience de son impact, qu'il soit économique, écologique, social, et qui met tout en œuvre pour que cet impact soit le moins néfaste possible pour l'environnement et les populations locales. C'est à travers le processus de certification Travelife que nous nous engageons officiellement pour que le tourisme de demain soit plus respectueux des milieux naturels, des peuples, des économies et des cultures locales.

II- Étude de marché et ciblage

2.1 Analyse des tendances du marché touristique

Aujourd'hui la demande en matière de tourisme durable évolue, portée par une sensibilité aux enjeux environnementaux et sociaux. Cette évolution se traduit par un intérêt marqué pour les séjours authentiques, respectueux de la culture locale, de la nature et des communautés d'accueil. Notre clientèle principale est française ou francophone, et selon une enquête de l'ADEME (Agence de la transition écologique), publiée en 2023, 66 % des Français déclarent vouloir adopter des pratiques de voyage plus durables. Nos voyages authentiques hors des sentiers battus, un des critères majeurs de cette clientèle, ont du succès, nous plaçant par conséquent au centre de la transition durable du tourisme.

2.2 Identification des clients potentiels

En améliorant notre implication en matière de durabilité, nous souhaitons satisfaire les exigences d'une clientèle plus large. En effet, les jeunes générations (18-35 ans) sont particulièrement sensibles aux enjeux de durabilité, recherchant des expériences authentiques, des hébergements écoresponsables et un contact réel avec les populations locales. Afin d'éviter des pratiques d'écoblanchiment, nous nous engageons à ne communiquer nos actions pour un tourisme plus durable, uniquement lorsque les actions seront concrétisées. Dès lors, nous les mettrons en valeur sur notre site et ferons ainsi la promesse à ces nouveaux clients que leur voyage sera aligné avec leurs valeurs.

III- Choix des destinations et partenariats locaux

3.1 Eviter de sélectionner des destinations sujettes au tourisme de masse

Puisque nous nous engageons à proposer des séjours hors des sentiers battus, nous sommes attentifs à ce que nos destinations ne subissent pas les effets négatifs du tourisme. Nous souhaitons au contraire, qu'elles en bénéficient.

Nous proposons généralement à nos clients de visiter les destinations suivantes : Cordoue, Jerez de la Frontera, Cadiz, les villages blancs d'Andalousie dont certains avec une notoriété nationale et internationale très faible. Les autres destinations plus connues que visitent nos clients sont ; Séville, Grenade, Malaga, Ronda et Madrid, des grandes villes plus susceptibles d'être dérangées par le tourisme. Cependant, nous fournissons à nos clients de quoi bien connaître les traditions sur place, des guides sur les évènements locaux tel que la semaine sainte ou la Féria de Séville, des restaurants typiques et gérés par des locaux, afin que le séjour soit fait avec le plus grand respect des communautés locales.

Dans le cadre de nouvelles offres de voyage, notre agence intègre systématiquement des critères de durabilité dans le processus de sélection des destinations. Nous privilégions les lieux qui ne sont pas affectés par le tourisme de masse, afin de garantir une expérience authentique et respectueuse pour les voyageurs comme pour les communautés locales.

Nous portons une attention particulière à des éléments tels que l'implication active des populations locales dans le développement touristique. Ces critères nous permettent de proposer des séjours dans des environnements équilibrés, où le tourisme est pensé comme un levier de développement positif et non l'inverse.

Nous nous engageons également à élargir notre catalogue aux destinations moins conventionnelles, souvent écartées des circuits traditionnels, mais porteuses d'un riche potentiel culturel, humain et écologique. Cette démarche favorise une meilleure répartition des flux touristiques et encourage un tourisme équitable et durable.

3.2 Collaboration avec les acteurs locaux et communautés locales

Nos voyages sont basés sur l'Andalousie à l'authentique, c'est pourquoi nous tenons à ce que nos offres d'activités et d'excursions soutiennent directement les communautés locales andalouses.

Nous collaborons avec de nombreux acteurs locaux tels que les Ganaderias, qui sont des élevages de taureaux en pleine nature et où le plus grand soin leur est apporté. Nous travaillons également avec des huileries qui proposent aux clients une immersion dans la fabrication de l'huile d'olive au milieu des champs d'oliviers. Ces visites permettent de découvrir les méthodes de production locales et de participer à l'économie rurale. Nous avons répertorié et analysé toutes les activités que nous proposons pour savoir si elles sont engagées dans le tourisme durable via une politique de durabilité, ainsi que si elles veillent à la protection de leur site contre les effets néfastes du tourisme.

Nos voyages sont basés sur l'Andalousie à l'authentique, c'est pourquoi nous tenons à ce que nos offres d'activités et d'excursions soutiennent directement les communautés locales andalouses. Nous proposons à nos voyageurs des expériences variées et témoignant de la riche histoire de ce territoire, telles que la visite du Museo Cuevas à Grenade, qui met en valeur le patrimoine troglodytique et la culture gitane locale. Nous favorisons les spectacles de flamenco en petit comité, animés par des artistes encore une fois locaux ayant appris cet art ici même à Séville, berceau du flamenco, dans des lieux intimistes. Nos itinéraires culturels couvrent les monuments emblématiques d'Andalousie et participent donc indirectement à leur entretien. Enfin, nous organisons des excursions dans les villages blancs, en recommandant des restaurants typiques tenus par des habitants, mettant à l'honneur la cuisine andalouse et les produits du terroir. Toutes ces activités favorisent l'économie locale, valorisent le patrimoine culturel vivant et encouragent des échanges authentiques entre visiteurs et habitants

3.3 Guides qualifiés

Les visites sont réalisées par des guides qualifiés et certifiés avec qui nous avons l'habitude de travailler. Ils offrent à nos clients une expérience unique, tout en respectant les lieux. Les retours positifs sur leurs prestations au fil des ans nous confortent quant à leur professionnalisme et connaissances des villes, villages, sites naturels et monuments.

Lorsque nos guides habituels ne sont pas disponibles, nous faisons appel à des agences d'excursions touristiques spécialisées qui s'occupent de nous trouver des remplaçants qualifiés.

IV- Privilégier les fournisseurs et partenaires engagés.

4.1 : Achats durables

Achats numériques : Nous entretenons au maximum nos outils numériques, indispensables au fonctionnement de l'entreprise, afin de rallonger leur durée de vie.

Feuilles papier : Nous réalisons quelques impressions, ce pourquoi nous nous engageons à acheter du papier qui soit recyclé et labellisé FSC.

Achats de souvenirs : Nous informons dans nos carnets voyage qu'il est interdit d'acheter des souvenirs issus d'animaux, ainsi que des produits de contrefaçon. Nous orientons les achats de souvenirs vers des boutiques d'artisans locaux et authentiques.

4.2 : Partenaires engagés

Afin de s'aligner avec nos valeurs, nous nous efforcerons dès maintenant et à l'avenir, à favoriser des fournisseurs et partenaires engagés dans la transition écologique. Pour savoir vers quels hébergements/activités/transports nous tourner, nous avons mis en place des tableaux Excel, regroupant nos différents partenaires actuels. Cette étape nous a permis de voir lesquels possédaient une politique de durabilité, un label ou une certification.

A - Hébergements

Nous avons mis au point un tableau Excel des hébergements qui informe sur les labels et certifications que possèdent nos hébergeurs. Ce tableau est voué à être consulté par tous nos collaborateurs au moment de la sélection d'hôtels pour un voyage, à être complété et à évoluer. En effet, certains hébergements peuvent en plein processus de certification et n'ont peut-être pas encore pu communiquer sur leurs actions. Nous changerons par conséquent, leur statut dans ce tableau s'ils avancent dans le domaine de la durabilité.

Nous avons également cherché de nouveaux hôtels en possession d'un label ou d'une certification, afin d'avoir plus de choix au moment de la création d'un voyage. Ces nouveaux hôtels sont inscrits dans le tableau Excel sous : Alternatives.

Pour des raisons de prix et de disponibilités, nous ne pourrions pas arrêter complètement nos réservations dans les hébergements sans politique de durabilité et avec qui nous avons l'habitude de travailler. **Nous rappelons qu'en tant qu'agence sur-mesure, nous ne proposons pas de gros complexes touristiques avec de gros impact écologique** mais plutôt des hôtels de charme avec une faible capacité d'accueil, ou bien des maisons d'hôtes. Ces hôtels sont d'ailleurs très souvent plus durables que les gros complexes ayant une politique de durabilité.

B - Activités

De la même manière que pour les hébergements, nous avons réalisé dans un tableau Excel, un inventaire des activités que nous proposons, (*en dehors des balades à pied en quartiers urbains, qui, nous avons estimé, ne présentent pas de menaces, ni pour la population ni pour l'environnement.*)

Cet inventaire nous a permis de mieux nous rendre compte du poids des activités proposées aux clients. En effet, nous voulions savoir si les activités répondaient à deux critères :

1- L'activité respecte une certaine politique de durabilité, c'est-à-dire, est-ce qu'elle a de son côté, tenté d'améliorer les impacts négatifs qu'elle aurait pu avoir à un moment donné sur la population et/ou la faune et la flore,

2- Une certaine protection contre le tourisme de masse est mise en place. Les monuments historiques bénéficient d'une protection permettant un entretien régulier.

Nous veillons à ce que tous ces critères soient appliqués. Si nous constatons que ces obligations éthiques ne sont plus respectées nous nous engageons à retirer nos collaborations avec l'activité concernée.

Dans le cadre de notre politique de durabilité, notre agence de voyage s'engage à ne proposer aucune activité qui pourrait nuire aux êtres humains, aux animaux, aux plantes, aux ressources naturelles telles que l'eau et l'énergie, ou qui serait socialement et culturellement inacceptable. En tant qu'agence locale opérant en Andalousie, nous avons établi une liste claire des excursions que nous considérons comme non acceptables et que nous ne promovons pas activement. Cela inclut les tours en véhicules motorisés dans des zones naturelles protégées (comme les quads dans les parcs naturels), les activités exploitant les populations locales sans contribution équitable (telles que les visites groupées sans partenariat local), ainsi que les excursions à fort impact environnemental non contrôlé (par exemple, les sorties en bateau motorisé non réglementées dans des zones sensibles comme le parc naturel de Doñana).

Notre objectif est de promouvoir un tourisme respectueux, responsable et durable, en harmonie avec les valeurs locales et les écosystèmes que nous contribuons à faire découvrir.

C - Focus sur les activités sensibles

Voyager au cœur de la tradition : la corrida dans une démarche durable

Chez Andalucia Aficion, notre engagement en faveur du tourisme durable ne se limite pas à des actions environnementales : il s'étend à la préservation des patrimoines culturels, naturels et agricoles. C'est dans cette logique que nous proposons des voyages autour de la corrida, un art ancestral profondément enraciné dans certaines régions d'Espagne et du sud de la France.

Une vie de liberté pour les taureaux de combat

Les *toros bravos*, les taureaux de corrida, sont issus de ganaderias, de vastes exploitations agricoles où ils vivent. Ces élevages, souvent familiaux et multigénérationnels, s'étendent sur des centaines d'hectares de *dehesa*, des paysages protégés typiques d'Espagne où la biodiversité est riche.

Contrairement aux animaux d'élevage intensif, les toros bravos :

- Vivent au grand air, en liberté, dans des pâturages ouverts
- Sont respectés comme des individus uniques pour leur force, leur bravoure et leur comportement singulier
- Reçoivent une alimentation naturelle, souvent sans traitements industriels ou hormonaux.

Un écosystème préservé

Les ganaderias jouent aussi un rôle écologique essentiel : elles participent activement à la préservation des paysages ruraux, de la faune sauvage, et de races bovines anciennes qui seraient menacées sans la corrida. Elles assurent également le maintien d'activités agricoles extensives dans des zones parfois menacées de désertification.

Une expérience culturelle, pas un simple spectacle

Nos circuits incluent des visites pédagogiques dans les ganaderias, des rencontres avec les éleveurs, et des moments d'échange pour mieux comprendre la philosophie et l'éthique qui entourent cet art complexe. Pour nous, il ne s'agit pas de promouvoir la violence, mais de comprendre un rituel culturel, sa portée symbolique, et les débats qu'il suscite.

Les ganaderias ouvrent leurs portes en exclusivité pour notre agence. Les éleveurs nous reçoivent et nous permettent de vivre une journée à leur côté. Loin d'être du spectacle, ils nous communiquent l'amour qu'ils ont pour leurs animaux et toutes les connaissances qu'ils se transmettent de pères en fils depuis des décennies.

La corrida, dans notre approche, est incluse non pas comme une attraction, mais comme une clé de lecture d'un territoire, de ses traditions et de ses écosystèmes. Elle s'inscrit dans une logique de tourisme responsable, où l'on valorise des élevages durables, le respect des animaux dans leur environnement naturel, et la transmission culturelle.

Les visites de fermes de cochons : un voyage au cœur d'un élevage durable

Dans le cadre de notre engagement pour un tourisme durable, responsable et culturellement ancré, nous proposons des visites en petit comité dans les *fincas* traditionnelles où sont élevés les cochons ibériques, producteurs du célèbre jamón ibérico de bellota.

Des visites qui s'inscrivent dans une démarche durable

Le jambon ibérique de qualité, notamment celui labellisé D.O.P. (Denominación de Origen Protegida), est issu d'un modèle agro-pastoral respectueux des cycles naturels, des animaux et des paysages.

Nos visites permettent aux voyageurs de découvrir :

- Des fermes familiales où les cochons vivent en liberté dans la *dehesa*, un écosystème unique mêlant forêts de chênes et pâturages ;
- Des pratiques d'élevage extensif où chaque cochon dispose de vastes espaces (jusqu'à 2 hectares par animal) pour se nourrir exclusivement de glands (bellotas), herbes et racines ;
- Un cycle d'élevage long et respectueux du bien-être animal loin des logiques industrielles
- Des savoir-faire artisanaux transmis de génération en génération, de l'élevage à la maturation du jambon (qui peut durer jusqu'à 4 ans).

Pourquoi en petit comité ?

Nos visites sont limitées en nombre pour plusieurs raisons liées à notre démarche éthique :

- Préserver la tranquillité des animaux, en évitant les perturbations causées par de grands groupes
- Garantir une expérience immersive et pédagogique, avec des échanges de qualité entre les visiteurs, les éleveurs et les artisans.
- Réduire notre empreinte écologique sur ces milieux fragiles en limitant les impacts liés à la surfréquentation.

En petit groupe, on prend le temps d'observer, d'écouter, de comprendre, sans perturber les lieux ni transformer l'expérience en attraction.

Une approche respectueuse et sensorielle

Au-delà de l'élevage, nous proposons également des dégustations raisonnées, en mettant en valeur l'histoire de chaque produit, son terroir, son mode de fabrication. C'est l'occasion de comprendre ce que signifie vraiment un produit « durable » : issu d'un écosystème vivant, d'un temps long, et du respect de l'animal.

En résumé, visiter une ferme de cochons ibériques, c'est découvrir un modèle d'élevage respectueux, un savoir-faire agricole et culinaire ancestral, et un paysage culturel à part entière. Nos petits groupes garantissent une expérience intime, durable et enrichissante, pour les voyageurs comme pour les producteurs.

Si ces deux activités en lien avec les animaux venaient à ne plus respecter leur bien-être, nous nous engageons à leur en parler et à ne plus collaborer avec eux si rien ne change.

La visite de ces lieux par notre clientèle contribue au financement des soins pour les animaux et l'entretien du site. Notre présence a donc un impact positif sur l'environnement et la vie de ces fermes.

Ces activités sont soigneusement sélectionnées pour leur caractère éducatif, leur enracinement culturel et leur respect du bien-être animal. Les exploitations que nous visitons pratiquent un élevage extensif dans des environnements naturels où les animaux évoluent librement, et nous veillons à limiter la taille des groupes et la fréquence des visites afin d'éviter toute perturbation des écosystèmes et du comportement des animaux. Les observations se font à distance et dans le calme afin de respecter la tranquillité des animaux.

4.3 Promotion des modes de transport écologiques

A- Destinations accessibles

La majorité de nos destinations sont accessibles en train/bus. La majorité des transferts de ville en ville se font en train, moyen de transport favori de notre clientèle. Seules les destinations enclavées, et par conséquent pour la plupart, loin du tourisme de masse, nécessitent un transport en voiture. Ces destinations sont par exemple ; les villages blancs, les *Alpujarras*, le *Caminito del Rey*, et quelques petits villages sur la côte. Notons cependant que les voyages en voiture sont optimisés, avec des voitures adaptées à la taille du groupe et transportent au minimum 2 personnes.

Pour les personnes à mobilité réduite, nous faisons appel à une association de transports adaptés à Séville. Les clients peuvent choisir d'être accompagnés où ils souhaitent, y compris d'une ville à l'autre, rendant ainsi leur expérience fluide et riche en visite. Nous faisons également appel à l'assistance ferroviaire de la Renfe, qui fait en sorte que le voyage soit confortable pour le voyageur.

B- Options de transports

En ce qui concerne nos fournisseurs de véhicule, choisir des voitures qui soient éco responsables n'est pas réellement une réalité atteignable. Cependant, Les voitures sont choisies en fonction du nombre de passagers afin que la consommation de carburant soit équilibrée. L'utilisation de la voiture est plus ou moins réduite en fonction du voyage et de sa durée, nous essayons de faire en sorte qu'elle ne soit pas indispensable tous les jours et qu'elle reste à l'arrêt le temps du séjour dans une ville (entre 2 et 4 jours).

Pour l'instant, nos clients viennent majoritairement en avion, mais sur la base de nos conseils, choisissent systématiquement des vols directs, moins polluants que ceux avec escale. A l'avenir, nous souhaitons encourager les voyageurs à choisir le train pour se rendre en Espagne plutôt que l'avion lorsqu'une solution est possible. Un partenariat avec Hourrail (une plateforme de voyage en train), pourrait nous aider à développer cette idée. En effet, des trajets depuis Marseille permettent d'arriver à Séville en seulement 1 escale.

Une fois sur place, nous sommes en charge des mobilités de nos clients puisque nous proposons des voyages itinérants. Le voyage que nous vendons le plus est celui intitulé : l'Andalousie en train. Cette option permet de réaliser un voyage très réduit en carbone. S'ils choisissent le séjour avec voiture de location pour avoir plus de flexibilité sur leurs horaires, alors nous veillons à ce que les itinéraires soient optimisés.

Concernant le dernier kilomètre une fois arrivés sur le territoire espagnol, nous avons ajouté sur nos roadbooks des solutions de transports en commun, pour faire les trajets du style gare-hôtel, et encourager nos clients à choisir cette option plus responsable plutôt que de prendre un taxi.

V- Conception des offres et packages touristiques durables

5.1 Création d'itinéraires respectueux de l'environnement et des communautés locales

Nous prévoyons d'élargir nos offres de séjours sur notre site, et par conséquent, sélectionnerons des partenaires, activités et hébergements pour mener à bien ces nouveaux projets. Cette sélection se fera sur la base des critères de durabilités établis et engagements formulés, afin que ces nouvelles propositions soient des voyages à impacts positifs. Prochainement, un voyage entièrement conçu sur des bases écologique verra le jour.

5.2 Inclusion d'activités éducatives et culturelles

L'Histoire et la culture est au cœur de nos séjours. Pour qu'un voyage soit authentique, il faut qu'il y ait une réelle découverte de la destination à travers son histoire. Dans chaque grande ville nous proposons des visites guidées des monuments historiques (Cathédrale, Alcazar...), la visite de musées, de spectacles de flamenco, visites de fermes de taureaux, et toutes autres activités attachées à l'histoire du territoire Andalou.

VI - Marketing et communication

6.1 Communication et promotion

Les messages marketing et publicitaires de notre agence de voyage respectent strictement les normes en vigueur ainsi que les codes de bonne conduite du secteur touristique. Nous nous engageons à garantir une communication transparente, honnête et fidèle à la réalité des prestations proposées. Les photos présentées sur notre site ont été prises personnellement, et lorsque ce n'est pas le cas, nous choisissons celles qui reflètent le plus la destination, l'endroit, tel que nous le connaissons.

Nos offres sont décrites de manière claire, sans exagération ni promesse qui ne pourrait être tenue. Les informations sur les destinations, les hébergements, les services inclus ou les tarifs sont toujours vérifiées et à jour, afin d'éviter toute ambiguïté pour le client. Lorsque des spécificités s'appliquent à un voyage, nous en informons le voyageur par appel. Nous leur faisons part des informations à prendre en compte selon la saison, les températures, les disponibilités de certaines activités/prestation. Cela peut concerner par exemple les semaines spéciales de la semaine sainte ou des férias de Séville, qui sont des semaines festives pendant lesquelles certains sites touristiques peuvent être fermés aux visites.

Nous veillons également à ce que nos campagnes publicitaires ne créent pas de fausses attentes. Chaque message reflète l'expérience réelle.

Enfin, notre communication tient davantage compte de la durabilité et des valeurs éthiques du tourisme responsable depuis notre engagement avec Travelife.

6.2 Stratégies de communication pour promouvoir le tourisme durable

Objectifs principaux :

- Renforcement de l'engagement de l'agence en matière de tourisme durable.
- Sensibilisation des parties prenantes et mise en avant des bonnes pratiques environnementales et sociétales.

Nous communiquons nos engagements de durabilité avec nos agences partenaires et hébergeurs. A chacun, un guide de bonnes pratiques leur a été transmis, un questionnaire pour que nous puissions en savoir plus sur leur démarche durable, ainsi qu'un accès aux formations Travelife lié à leur activité. La politique de durabilité sera bientôt visible sur le site internet.

Dans cette communication nous leur indiquons de nombreuses informations :

Sur le plan social, il est crucial de veiller à ce qu'aucune forme de travail des enfants ne soit tolérée, et que les droits des employés soient respectés. De la même manière, la lutte contre la corruption reste un pilier de nos engagements : transparence, équité et respect des législations locales doivent guider toutes nos collaborations.

Sur le plan environnemental, la gestion des déchets est un enjeu prioritaire. Nous encourageons la réduction des plastiques à usage unique, la mise en place de solutions de tri, et la valorisation des pratiques locales de recyclage. Chaque petit geste compte pour minimiser notre impact collectif.

Enfin, la préservation de la biodiversité est essentielle. Cela signifie éviter les activités qui nuisent aux écosystèmes (comme le dérangement de la faune, l'achat de souvenirs issus d'espèces menacées ou la dégradation des milieux naturels), mais aussi sensibiliser les voyageurs à l'importance de ces enjeux.

Nous sommes convaincus qu'un tourisme respectueux est non seulement possible, mais aussi plus enrichissant pour tous.

Objectifs d'une communication autour du développement durable :

Communiquer nous permet de faire en sorte que nos clients portent avec eux pendant leur voyage, une partie de nos engagements de durabilité, en ayant connaissance des différentes bonnes pratiques indiquées sur leur carnet voyage.

En effet, nous intégrons dans le Roadbook (carnet de voyages) des clients, des pages de conseils, informations, recommandations et consignes. A leur arrivée sur le territoire espagnol, les visiteurs ont lu le roadbook et connaissent les spécificités du territoire, les différentes choses à faire, ne pas faire.

La communication sur notre site :

Nous ne commencerons à communiquer sur notre tourisme durable qu'une fois que de réelles actions auront été mises en place. La deuxième étape de la certification Travelife, Travelife partner, est propice au lancement d'une telle communication, puisque c'est à partir de cette étape que nos actions dans la transition écologique du tourisme commencent à être reconnues. De plus, nous serons autorisés à utiliser le logo Travelife Partner à partir de cette étape, démontrant notre investissement dans la cause.

Ainsi, lors de cette deuxième étape, nous pourrons parler de la nouvelle certification sur nos réseaux sociaux ainsi que dans la rubrique « Articles » sur notre site web. Cette communication aura pour but de faire connaître le réseau Travelife, de promouvoir nos bonnes pratiques et engagements, ainsi que de sensibiliser nos clients et partenaires sur les principes et les missions de la certification.

Plan de communication actuel et à venir :

Communication interne

- Informer et former en continue les membres de notre équipe sur les critères et exigences de la certification.
- Mettre en place des ateliers et sessions de sensibilisation sur les pratiques durables et ses enjeux.
- Encourager une culture d'entreprise axée sur la responsabilité environnementale et sociétale.

Communication externe

- Intégration des bonnes pratiques dans les roadbook des clients.
- Intégrer des questions en lien avec la durabilité dans les questionnaires de satisfaction.
- Création de contenus informatifs sur notre démarche de certification à destination des clients et partenaires.
- Diffusion de messages clés via le site internet et les réseaux sociaux de l'agence (sur les bonnes pratiques de voyage respectant l'environnement), dans la limite d'une communication qui soit elle aussi raisonnable et à faible impact écologique.
- Collaboration avec des partenaires locaux engagés dans le tourisme durable (et/ou faisant partie de la certification Travelife dans le but de développer des relations au sein du réseau).

La communication B2B permettra à l'agence :

- Référencement/ reconnaissance : la certification permettra à l'agence d'être plus reconnue en matière de voyages durable.
- D'être reconnue des autres agences (développer un réseau et rester compétitive).

La communication B2C permettra à l'agence :

- Sensibiliser aux défis environnementaux et impliquer les clients dans une réflexion sur leur façon d'acheter et de consommer leurs voyages.
- Faire rayonner et communiquer nos séjours responsables, sur-mesure et donc uniques.
- Faire connaître la certification, le projet, les objectifs et les valeurs ajoutées pour les clients.

Actions de communication Supports de communication envisagés :

- Production de vidéos et témoignages mettant en avant les efforts de l'agence.
- Développement de supports spécifiques sur les cibles BtoB et BtoC.

La mission de communication d'Andalucía Afición s'inscrit dans une dynamique de transparence et d'engagement en faveur du tourisme durable et responsable. Par une communication efficace et cohérente, adaptée aux enjeux BtoB et BtoC. L'agence vise à mobiliser ses employés, clients et partenaires dans le processus certification Travelife et de renforcer sa position en tant qu'acteur responsable du tourisme en Andalousie.

Notre société veille à ce qu'aucun document, message promotionnel ou support marketing ne contienne d'informations trompeuses, ni ne fasse l'objet de promesses excessives ou de prestations non conformes. Nous nous assurons également que l'ensemble de notre personnel est informé et attentif à ce que chaque offre soit réalisable et livrée dans les meilleures conditions pour nos clients.

VII- Prévention face aux risques

Nos clients, partenaires et collaborateurs sont informés sur les risques présents au sein du secteur touristique.

7.1 Préservation des sites culturels et de l'environnement

Dans le cadre de notre politique de développement durable, notre agence s'engage activement à limiter l'impact de ses activités sur les sites culturels et naturels. Nous sensibilisons nos voyageurs à l'importance de respecter les lieux visités, en évitant les comportements nuisibles (détérioration, bruit, surfréquentation). Nos groupes sont volontairement limités en taille afin de réduire la pression sur les monuments, les écosystèmes fragiles et les villages traditionnels. Nous privilégions également les itinéraires alternatifs et moins fréquentés, favorisant une meilleure répartition des flux touristiques et permettant de découvrir l'Andalousie autrement, tout en allégeant la charge sur les sites les plus emblématiques. Enfin, nous collaborons avec des prestataires engagés dans des pratiques durables : gestion responsable de l'eau, réduction des déchets, mobilité douce et préservation des ressources naturelles.

7.2 Protection des enfants contre toute forme d'exploitation

Notre agence applique une tolérance zéro face à toute forme d'exploitation sexuelle, en particulier celle touchant les enfants, qui constitue une grave violation des droits humains. Nous adhérons aux principes du Code de Conduite pour la Protection des Enfants contre l'Exploitation Sexuelle dans le Tourisme et le Voyage (The Code) et mettons en place des mesures concrètes pour prévenir de tels abus. Cela inclut la formation de notre personnel et de nos partenaires à la détection et au signalement de situations suspectes, ainsi que la sensibilisation de nos clients à ce sujet. Nous collaborons exclusivement avec des prestataires locaux responsables, qui partagent nos valeurs et notre engagement éthique. Toute situation douteuse observée lors d'un voyage est immédiatement signalée aux autorités compétentes. En tant qu'acteur du tourisme, nous avons un rôle clé à jouer dans la prévention de ces crimes et dans la protection des enfants dans les destinations que nous proposons.

7.3 Une offre engagée et responsable

Ces engagements font partie intégrante de notre politique de développement et de nos critères de sélection pour construire nos séjours. Chaque activité, chaque partenaire et chaque destination sont choisis selon leur capacité à respecter les communautés locales, l'environnement et les droits humains. En promouvant un tourisme éthique, respectueux et conscient des risques, nous participons à un modèle plus juste, plus durable et porteur de sens — tant pour nos voyageurs que pour les territoires d'accueil.

7.4 : Achats de souvenirs

Nous informons dans nos carnets de voyage qu'il est interdit d'acheter des souvenirs issus d'animaux ainsi que tout produit de contrefaçon. Nous orientons les achats de souvenirs vers des boutiques d'artisanats locaux et authentiques.

VIII- Dons et actions positives

8.1 Dons

Dans le plan d'action nous avons ajouté une action à réaliser entre l'année 2026 et 2027, et qui vise à mettre en place un système de compensation carbone, que les clients pourront sélectionner s'ils le souhaitent, lors de la lecture de leur devis. Les fonds que nous récolteront seront reversés à un organisme que nous aurons choisi, de protection de la nature et/ou de développement communautaire (ex : infrastructures, éducation, santé, assainissement) ou d'autres initiatives de développement durable au niveau local ou national. Nous intégrerons cette option sous la forme d'une option, comme celles que nous ajoutons souvent sur les devis.

IX- Mesure des impacts et amélioration continue

9.1 Mise en place d'indicateurs d'impacts carbone

Afin de se faire une idée de l'impact environnemental généré par notre tourisme, nous avons mis en place des outils, qui nous permettront d'avoir une vision plus claire sur le sujet.

- Réaliser les bilans carbonés de toutes nos mobilités professionnelles supérieures à 20km.

Nous sommes conscients que les mobilités professionnelles représentent une part importante de notre bilan carbone global. C'est pourquoi nous les inscrivons dans un tableau Excel précisant le mode de transport utilisé, le nombre de km parcouru, le nombre de voyageurs, ainsi que si l'évènement pouvait se faire en visio ou non. Chaque mobilité sera calculée grâce à l'outil de calcul d'émission carbone pour les trajets de "Agir pour la transition écologique", outil mis en place par le gouvernement français et recommandé par l'ADEME. L'objectif sera, d'une année à l'autre, comparer nos émissions avec toujours comme objectif de les réduire.

Nous prenons en compte les mobilités suivantes : les salons et évènements autour du tourisme ainsi que les mobilités liées à notre mission d'accompagnateurs voyage. Notre mission d'accompagnateurs voyage nous amène à nous déplacer assez régulièrement. Pendant la haute saison (Mars-Juin et septembre-janvier), nous accompagnons environ 10 groupes de clients en bus. Ces trajets sont optimisés puisque le bus est rempli la plupart du temps (entre 35 et 50 pers).

Concernant les Salons et évènements, la plupart se trouvent en France, nous contraignant par conséquent à prendre l'avion. Ces salons sont indispensables à la vie de l'agence, mais restent pour autant rares, environ 1 à 2 fois par an. Dès à présent, nous nous renseignerons sur la possibilité de les faire en visio.

9.2 Respect et amélioration des politiques établies

- Respecter notre politique de gestion des déchets

Etant une petite agence, travaillant majoritairement de manière dématérialisée, nous ne produisons que peu de déchets. Cependant, il nous reste une marge d'amélioration sur quelques points que nous comblerons grâce à quelques actions réparties dans le temps, à atteindre au cours de l'année 2025, et à entretenir sur les années suivantes.

- Respecter notre politique RH
- Contrôler régulièrement notre formulaire d'économie d'énergie
- Promouvoir le respect des cultures et de l'environnement locaux

En tant qu'agence locale, nous sommes proche de la population locale et assurons une répartition équitable des bénéfices du tourisme. Dans les roadbook, de nombreuses adresses gérées par les locaux sont recommandées, nous évitons les attrapes touristes. S'ajoute à cela que nous ne faisons la promotion de destinations moins fréquentées, action permettant de réduire le tourisme de masse en participant à la répartition de celui-ci.

X- Engagement et suivi

Cette politique traduit l'engagement constant d'Andalucia Aficion en faveur d'un développement durable, responsable et inclusif. Elle constitue un cadre de référence pour nos actions présentes et futures.

10.1 Responsabilités et gouvernance

Sa mise en œuvre sera suivie régulièrement par Virginie Scamandro, gérante de l'agence, les collaborateurs, et les stagiaires en charge du développement durable. Elle fera l'objet d'un reporting annuel permettant d'évaluer les progrès réalisés, d'identifier les axes d'amélioration et d'ajuster nos priorités si nécessaire.

10.2 Révision de la politique

La présente politique fera l'objet d'une révision périodique afin de garantir sa pertinence et son alignement avec l'évolution des enjeux environnementaux, sociaux et économiques.

Fait à Montellano, entre avril et juin 2025.

Approuvée par les membres de l'agence et par la gérante Virginie Scamandro.