



ESTET

**EMBEDDING SUSTAINABILITY SKILLS IN TOURISM
EDUCATION AND TRAINING**

Project No. : 2020-1-PL01-KA202-081845

THÈME ATTRIBUÉ :	Compétences vertes pour l'économie
ORGANISATION PARTENAIRE :	Future in Perspective Ltd.
TITRE DU WEBQUEST :	Campagne de plaidoyer en faveur de l'économie collaborative : Économie collaborative [Niveau avancé]

INTRODUCTION

Partager, collaborer, réutiliser et prendre soin de l'environnement tout en minimisant autant que possible notre empreinte écologique sont autant d'habitudes que nous devons adopter pour le bien-être de tous, y compris celui de notre planète. Le recyclage et la consommation responsable sont donc non seulement essentiels dans notre vie quotidienne, mais aussi tout à notre avantage, car ils nous permettent de faire des économies. L'idée de la consommation collaborative a fait son apparition à la fin des années 1970, au siècle dernier. Mais, en raison de la crise économique, ce n'est qu'en 2008 que ce mode de consommation a atteint son apogée. En plus de faire faire des économies, la consommation collaborative vise à mettre fin à la consommation compulsive et à l'accumulation d'objets sans limite.

Dans cette optique, elle encourage la location, le partage, le don ou la remise sur le marché de nos biens. Ils continuent ainsi à circuler et leur durée de vie peut être exploitée au maximum. L'économie circulaire est directement liée à ce concept. Il est possible de différencier trois types de systèmes de consommation collaborative : le système basé sur les produits, le marché de la redistribution et les modes de vie collaboratifs. Le système basé sur les produits est le plus connu. Il s'agit, par exemple, de partager un véhicule au lieu d'en acheter un ou d'utiliser le service municipal de prêt de vélos au lieu d'en acheter un.

Dans les marchés de redistribution, il s'agit de donner une nouvelle vie ou un nouvel usage à un produit que nous n'utilisons plus. L'exemple type est celui des magasins de seconde main, qui proposent des livres, des vêtements ou des meubles. Mais ces dernières années, des applications pour vendre des vêtements que nous ne commercialisons plus, ainsi que d'autres sites et plateformes, ont proliféré sur Internet. Ils proposent toutes sortes de produits à la vente. Enfin, les modes de vie collaboratifs sont basés sur l'échange ou le partage de temps, d'argent ou de compétences avec d'autres personnes sur la base d'intérêts communs. Un exemple en est la location des chambres d'une maison ou l'échange de maisons pendant les vacances. Mais aussi l'échange d'autres produits, comme les vêtements et objets pour enfants, car au vu de la vitesse à laquelle ils grandissent, certains des produits que l'on acquiert pour eux n'ont même pas le temps d'être usés. L'un des exemples les plus évidents de produits qui valent la peine d'être achetés d'occasion.

En bref, lorsque nous avons recours à l'un de ces systèmes de consommation collaborative, nous contribuons à la réduction de la consommation d'énergie et de ressources naturelles.

Sans oublier que nous pouvons faire des économies puisque le coût est réduit et que l'offre augmente. Et en ce qui concerne l'environnement, nous minimisons la pollution environnementale et contribuons au développement durable.

TÂCHES

Dans le WebQuest précédent intitulé « Économie collaborative [Niveau de base] », vous avez recherché les notions de base de l'économie collaborative et pourquoi elle est importante. Cela vous a conduit à chercher ensemble des idées utiles pour votre propre initiative d'économie collaboratives. Il est maintenant temps de mettre vos idées en pratique afin de les appliquer dans le cadre de votre région !

Vous devez ensuite développer votre idée, en essayant de déterminer dans quelle mesure elle fonctionnera, avec qui vous travaillerez et comment démarrer votre nouvelle entreprise ! Dans ce WebQuest, vous allez être guidé à travers une série de tâches qui vous permettront de faire plus ample connaissance avec l'économie collaborative. Les tâches seront réalisées en petits groupes de 2 à 3 personnes. Après avoir terminé cette tâche, vous serez prêt à mettre en œuvre votre idée et à apporter une différence à votre hôtel ! Vous serez ainsi en mesure de mettre en œuvre des initiatives d'économie collaborative au sein de l'hôtel, ce qui contribuera à protéger l'environnement, à attirer les clients et à réduire les coûts. Commençons !

PROCESSUS

Étape 1 : démarrez sur les chapeaux de roue !

L'économie collaborative repose sur des valeurs communes. La consommation collaborative a la capacité de réinventer l'industrie du tourisme et d'encourager les consommateurs du monde entier à participer à ce modèle socio-économique. Après un brainstorming sur votre plan d'affaires axé sur l'économie collaborative dans le [Niveau de base], il est maintenant temps de donner vie à vos idées ! Vous envisagez de lancer une campagne de plaidoyer dans votre région, afin d'inciter davantage de personnes à envisager la mise en œuvre d'initiatives d'économie collaborative.

Vous allez devoir faire des recherches sur la façon de mener une campagne de plaidoyer. Cela donnera aux habitants, aux touristes et aux entreprises l'occasion d'agir et d'élargir votre communauté de sympathisants. Cela pourrait avoir un impact réel, tant sur le plan économique qu'environnemental.

Pour de plus amples informations sur **ce qu'est un plaidoyer**, cliquez sur les liens suivants :

- [What is advocacy? \(Qu'est-ce que le plaidoyer ?\)](#)
- [Advocacy and its categories \(Le plaidoyer et ses catégories\)](#)
- [Everything about advocacy \(Tout sur le plaidoyer\)](#)
- [What is advocacy and why is it important? \(Qu'est-ce que le plaidoyer et pourquoi est-il important ?\)](#)

Pour de plus amples informations sur **ce qu'est une campagne de plaidoyer**, cliquez sur les liens suivants :

- [What is an advocacy campaign? \(Qu'est-ce qu'une campagne de plaidoyer ?\)](#)

- [The theory of change for advocacy and campaigns \(La théorie du changement pour le plaidoyer et les campagnes\)](#)

Étape 2 : pourquoi un plaidoyer ?

Maintenant que vous avez compris la fonction et l'impact d'une campagne de plaidoyer, il est temps de réfléchir à la manière dont elle pourrait bénéficier à votre initiative d'économie collaborative. En plus d'inciter les autres à se mobiliser, votre campagne de plaidoyer peut également permettre à votre entreprise de se démarquer des autres. La mise en œuvre d'un changement qui génère des retombées économiques et qui vise à protéger l'environnement ne manquera pas de susciter l'intérêt du public !

Pour de plus amples informations sur **les avantages d'une campagne de plaidoyer**, cliquez sur les liens suivants :

- [The Benefits of Advocacy Campaigns \(Les avantages des campagnes de plaidoyer\)](#)
- [The benefits of online advocacy \(Les avantages du plaidoyer en ligne\)](#)
- [The Business Benefits of Environmental Advocacy \(Les avantages commerciaux de la défense de l'environnement\)](#)

Pour de plus amples informations sur des **exemples de campagnes de plaidoyer**, cliquez sur les liens suivants :

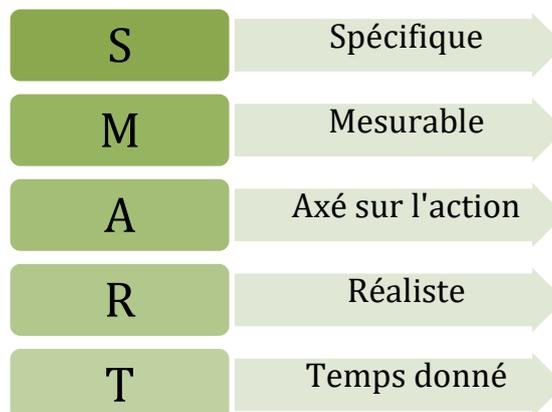
- [Examples of global advocacy campaigns \(Exemples de campagnes mondiales de plaidoyer\)](#)
- [Examples of successful advocacy campaigns \(Exemples de campagnes de plaidoyer fructueuses\)](#)

L'étude d'exemples fructueux de campagnes de plaidoyer peut être une source d'inspiration pour la mise en œuvre de votre idée ! Cela peut vous aider à étayer votre projet de modèle d'entreprise ancré dans l'économie collaborative, tout en vous motivant à le faire !

Vous devrez ensuite trouver le moyen de promouvoir votre initiative commerciale d'économie collaborative par le biais d'une campagne de plaidoyer. Pour ce faire, vous devez apprendre à atteindre vos objectifs grâce à la méthode SMART.

Étape 3 : rester SMART

La mise en pratique de votre modèle d'entreprise implique de fixer des objectifs réalisables. Pour ce faire, vous pouvez utiliser la méthode SMART. Elle peut vous aider à acquérir un meilleur sens de l'orientation à donner, ainsi qu'à organiser vos objectifs pour les atteindre !



La mise en œuvre d'objectifs SMART peut contribuer à faire de votre initiative d'entreprise ancrée dans l'économie collaborative un succès. Après avoir recherché les étapes à suivre pour mener votre campagne de plaidoyer, veuillez à remplir le tableau ci-dessous pour vous assurer de définir et d'atteindre vos objectifs.

Objectifs SMART pour votre campagne de plaidoyer		
	Conseils :	Votre objectif :
SPÉCIFIQUE	<ul style="list-style-type: none"> • Que vais-je faire ? • Quand vais-je le faire ? • Pourquoi ? 	
MESURABLE	<ul style="list-style-type: none"> • Comment allez-vous suivre vos progrès ? • Pouvez-vous établir des indicateurs de progrès ? 	
AXÉ SUR L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> • Comment comptez-vous atteindre votre objectif ? • Quelles sont les actions que vous devez mettre en œuvre pour atteindre votre objectif ? 	
RÉALISTE	<ul style="list-style-type: none"> • Votre objectif vous enthousiasme-t-il ? • Votre objectif est-il réalisable ? 	
TEMPS DONNÉ	<ul style="list-style-type: none"> • Votre objectif est-il assorti d'un délai ? • Est-ce un délai réaliste ? • Pouvez-vous fixer de petits objectifs pour atteindre votre but global ? 	

Étape 4 : conseils et astuces

Maintenant que vous avez réfléchi à votre plan d'action, il est temps de partir en quête de quelques conseils pour mener à bien votre campagne de plaidoyer en faveur de l'économie collaborative ! Ces quelques conseils peuvent vous aider à mettre toutes les chances de votre côté pour faire décoller votre campagne de plaidoyer et lui donner une résonance plus importante !

Pour de plus amples informations sur **les conseils pour mener une campagne de plaidoyer**, cliquez sur les liens suivants :

- [4 steps in planning an advocacy campaign \(4 étapes pour la planification d'une campagne de plaidoyer\)](#)
- [Strategies and techniques for your advocacy campaign \(Stratégies et techniques pour votre campagne de plaidoyer\)](#)
- [Advocacy strategies for a successful campaign \(Stratégies de plaidoyer pour une campagne réussie\)](#)
- [Strategies for your campaign \[Infographic\] \(Stratégies pour votre campagne \[Infographic\]\)](#)
- [Six Steps to an effective campaign \(Six étapes pour une campagne efficace\)](#)

Ensuite, pourquoi ne pas remplir la *liste de contrôle pour une campagne de plaidoyer*, pour vérifier si vous allez pouvoir atteindre vos objectifs !

Liste de contrôle pour une campagne de plaidoyer	
L'objectif ou les objectifs de votre campagne sont-ils précis et mesurables ?	
Avez-vous créé un plan basé sur votre ou vos objectifs et cibles ?	
Avez-vous établi un calendrier ?	
Avez-vous communiqué sur votre campagne (en ligne et/ou hors ligne) ?	
Avez-vous consulté des experts pour obtenir de l'aide ?	

Étape 5 :

Maintenant que vous avez terminé la phase de planification de votre *campagne de plaidoyer*, il est temps de passer à l'action ! Afin permettre à votre campagne de se solder par un succès, vous devez capter l'attention du public. Cela vous aidera à trouver les parties intéressées et à encourager les gens à s'impliquer dans votre initiative d'économie collaborative ! Vous pouvez choisir de faire votre campagne en ligne sur les réseaux sociaux, ou peut-être même dans votre hôtel ! Pourquoi ne pas envisager une multitude d'options pour être sûr de toucher le plus grand nombre de personnes possible ?

Pour de plus amples informations sur **la manière de faire une campagne en ligne**, cliquez sur **les liens suivants** :

- [How to Create a Social Media Campaign \(Comment créer une campagne sur les réseaux sociaux\)](#)
- [The Do's and Don'ts of Online Campaigning \(Les choses à faire et à ne pas faire en matière de campagne en ligne\)](#)

Pour de plus amples informations sur **la manière de faire une campagne hors ligne**, cliquez sur les liens suivants :

- [Effective Offline Marketing for your campaign \(Un marketing hors ligne efficace pour votre campagne\)](#)
- [Public Speaking Tips for Your Campaign \(Conseils de prise de parole en public pour votre campagne\)](#)
- [Tips for your Offline Campaign \(Conseils pour votre campagne hors ligne\)](#)

Bien joué ! Le moment est venu de faire connaître vos idées aux habitants, au personnel et aux touristes de passage dans votre région. Par le biais de votre campagne de plaidoyer, vous pouvez inciter d'autres personnes à s'impliquer dans votre initiative d'économie collaborative ! En plus de conquérir une clientèle et d'évaluer comment faire fonctionner votre start-up, cela vous permettra aussi de sensibiliser à l'importance des modèles commerciaux autres que traditionnels, qui peuvent à la fois être bénéfiques pour le secteur du tourisme et contribuer à la durabilité ! Bien joué !

ÉVALUATION

À titre d'auto-évaluation dans le cadre de ce WebQuest, vous pouvez rédiger un texte bref de réflexion personnelle, environ 500 mots, sur la façon dont vous avez vécu cette expérience. Les questions suivantes vous guideront dans cet exercice de réflexion personnelle :

- Qu'est-ce que vous avez trouvé de plus important dans cet exercice ?
- Êtes-vous motivé pour en savoir plus sur l'économie collaborative ? Pourquoi ? Pourquoi pas ?
- Avez-vous d'autres idées de moyens permettant de stimuler la durabilité dans le secteur du tourisme ? Entrent-ils dans le cadre de l'économie collaborative ?
- Pensez-vous que XXXX a contribué à XXXX
- Pensez-vous qu'en acquérant plus de connaissances sur l'économie collaborative, vous pouvez inciter d'autres personnes à instaurer un changement durable dans le secteur du tourisme ? Justifiez votre réponse.

Pour tester vos connaissances après avoir terminé ce WebQuest, répondez au questionnaire à choix multiples ci-dessous :

1. Parmi les définitions suivantes, laquelle définit précisément *l'économie collaborative* ?
 - a) Un modèle économique basé sur le partage des ressources.
 - b) Modèle économique basé sur le partage des biens entre les individus, généralement par le biais d'Internet.
 - c) Un modèle économique basé sur la comparaison des niveaux des ressources.
 - d) Un modèle économique basé sur le pillage des ressources appartenant à d'autres individus, par le biais d'Internet.
2. *L'économie collaborative* est bénéfique pour l'environnement. Vrai ou faux ?
 - a) Vrai
 - b) Faux
3. Parmi les termes suivants, lequel désigne également *l'économie collaborative* :
 - a) Économie de consommation
 - b) Économie souterraine
 - c) Économie de partage
 - d) Économie créative
4. Parmi les propositions suivantes, laquelle fait référence à *l'économie collaborative* :
 - a) Économie d'entreprise à pair
 - b) Économie d'entreprise à entreprise
 - c) Économie de pair à entreprise
 - d) Économie de pair à pair
5. Parmi les listes suivantes, laquelle donne des exemples d'entreprises ancrées dans *l'économie collaborative* ?
 - a) Tesco, Aldi, Lidl, Uber
 - b) Uber, Airbnb, BlaBlaCar, TaskRabbit
 - c) Lyft, Airbnb, Google, Amazon
 - d) Apple, Uber, Samsung, Spotify

CONCLUSION

Bien joué ! Pour les consommateurs, l'économie collaborative facilite l'accès aux services et permet de réaliser des économies. De plus, elle favorise le contact avec la population locale, les nouvelles expériences sans dépendre des services traditionnels. La mise sur pied de votre entreprise ancrée dans l'économie collaborative vous donne le pouvoir d'utiliser les ressources, d'en faire profiter vos consommateurs et de défendre les entreprises locales de votre région. Grâce à cela, vous offrez des possibilités d'optimisation des ressources et des opportunités à vos consommateurs. Par le biais de votre campagne de plaidoyer, vous pouvez inciter d'autres personnes à s'engager dans ce modèle collaboratif et à renforcer la durabilité dans le secteur du tourisme ! Félicitations !

« Les possibilités de migrer d'une économie basée sur la propriété à une économie basée sur le partage sont sans illimitées. »

- Jay Samit



Source : <https://pixabay.com/illustrations/nature-earth-sustainability-leaf-3294632/>

