



BIODIV'2050

D'un tourisme de masse vers un tourisme durable : la biodiversité, opportunité de restructuration des filières

MISSION ÉCONOMIE DE LA BIODIVERSITÉ

CDC BIODIVERSITÉ



ÉDITO

« Dites-moi comment vous fabriquez votre tourisme ? Je vous dirai qui vous êtes. »

C'est de cette corrélation intime entre les usages touristiques et les valeurs que nous portons que découlent le fait touristique et les perspectives d'évolution qui y sont associées. Ce sont les méthodes que nous adopterons collectivement, investisseurs, exploitants et gestionnaires d'actifs, pour développer ce secteur (design de nouveaux lieux de villégiatures, mobilités douces, solutions architecturales durables et rénovation) qui définiront ce que nous sommes et, en la matière, nous n'avons désormais plus d'autre choix que de faire du développement durable le socle de nos stratégies de développement touristique.

Reposant d'abord sur une économie de l'offre plus que de la demande, des métiers de la distribution (plateformes, salles de marché où l'offre se façonne) aux transports, hébergements de tous types, solutions de restauration, activités culturelles, loisirs et activités de pleine nature, le tourisme se caractérise par une chaîne d'acteurs dans laquelle le voyageur est partie prenante. Plus décentralisé que jacobin, le tourisme se conçoit et se fabrique à l'échelle des territoires. L'ensemble des activités constitutif de son économie s'étend donc aux collectivités territoriales et aux politiques publiques qui sont déterminantes en matière d'organisation des flux, de l'espace public, d'urbanisme etc.

Les enjeux et les impératifs de la biodiversité s'articulent de manière particulièrement visible dans le secteur autour des notions de santé et de bien-être. Les métropoles européennes ont connu un essor touristique très important ces dernières années, elles ont même porté la croissance mondiale du tourisme avant la pandémie de Covid-19. Les citoyens allaient dans les

villes, désireux de profiter des services qui s'y sont développés ; mais la demande de littoral, de campagne et de montagne (aussi en moyenne altitude) s'intensifie nécessairement du fait de l'évolution structurelle de la demande et des nouvelles aspirations de chacun. La croissance du tourisme se déportera donc nécessairement sur les espaces vulnérables (rares et recherchés) ou en fragilisera de nouveaux. Dans cette perspective, il faut être conscient que les espaces et leurs écosystèmes seront exposés à une pression grandissante.

C'est une des nombreuses leçons que nous pouvons tirer de la pandémie grâce à la prise de conscience et la mesure des dégâts, nuisances et risques pesant sur la biodiversité et causés par les phénomènes de surfréquentation et de concentration. Néanmoins, cette « prise de conscience » à elle-seule, ne suffit pas à résoudre les problèmes qui sont liés à ce qu'on appelle la capacité de charge des sites. Elle est en effet subordonnée à la structure de la répartition des flux. Il existe encore aujourd'hui de nombreux territoires sous-dotés en hébergements touristiques, et cela ne permet pas aux voyageurs de se rendre dans ces destinations. En cela, l'amélioration du concept global d'équipement (hébergement, restauration, autres services) et la meilleure répartition des flux constituent deux réponses pertinentes aux enjeux de pression démographique et de croissance touristique. De même, celle de la régulation drastique des flux de voyageurs pour la pleine nature et le patrimoine naturel vulnérable doit être envisagée grâce à la mise en place de jauges et seuils de saturation par les gestionnaires de sites fragiles. Ces réponses pourraient d'ailleurs s'appuyer sur des solutions numériques conçues par des acteurs compétents.

La seule sensibilisation des voyageurs ne suffira pas à relever le défi imposé par les pressions du secteur sur la biodiversité, sauf si les acteurs privés et les élus se saisissent de leur responsabilité en s'appuyant sur une nouvelle structuration de l'offre qui refuse de faire de la saison estivale la seule saison touristique, et d'un seul type de lieu celui des vacances. La production d'un nouveau récit constitue peut-être le plus puissant médium pour servir la définition d'une offre différenciée selon les saisons et d'après le potentiel de découverte de paysages, de territoires et de cultures singuliers. Pays de Bray, Pays de Caux, Pays de Thiérache, Pays d'Auge, Pays de Brienne, Perche, Gâtinais, Pays de Buch, Vercors, Pays d'Auch, et tant d'autres... Quel autre pays que la France, pays des pays, pour s'y essayer avec audace, bon sens, et humanisme ?



Marc ABADIE

Président de CDC Biodiversité



Christian Mantéi

Président d'Atout France



SOMMAIRE

TRIBUNE

6

- **Jean-Baptiste Lemoyne**
Ministre délégué chargé du tourisme,
Bérangère Abba
Secrétaire d'État chargée de la biodiversité

COMPRENDRE

10

Tourisme et biodiversité : de nombreuses interdépendances et des ambitions fortes

- Le tourisme, un secteur majeur pour l'économie des territoires
- Dépendances, impacts et synergies entre tourisme et biodiversité
- Le nécessaire changement de modèle du secteur touristique en faveur de la durabilité et de la biodiversité
- Le plan de relance au service d'une ambition forte pour le tourisme durable

INVENTER

33

Des solutions à mettre en œuvre pour le développement d'une offre touristique en synergie avec la préservation de la biodiversité

- Faire du tourisme un levier de préservation et de restauration de la biodiversité : de l'action réglementaire à l'action volontaire
- Les solutions opérationnelles concrètes pour intégrer la préservation de la biodiversité dans les activités touristiques et développer des synergies performantes

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : **MARC ABADIE** (CDC BIODIVERSITÉ)
REDACTRICE EN CHEF : **MARIANNE LOURADO** (CDC BIODIVERSITÉ)
COORDINATION ET CONCEPTION : **ANTOINE CADI, DAVID MAGNIER ET THÉO MOUTON** (CDC BIODIVERSITÉ)
ÉTUDE RÉALISÉE PAR : **DAVID MAGNIER** (CDC BIODIVERSITÉ), **SOPHIE MÉNARD** (CDC BIODIVERSITÉ), **THÉO MOUTON** (CDC BIODIVERSITÉ), **ALICE MUNOZ-GUIPOUY** (CDC BIODIVERSITÉ) (PAR ORDRE ALPHABÉTIQUE)

ÉTUDE DE LA MISSION ÉCONOMIE DE LA BIODIVERSITÉ, FINANCÉE PAR LA BANQUE DES TERRITOIRES DE LA CAISSE DES DÉPÔTS

NOUS TENONS À REMERCIER LES PERSONNES AYANT ACCEPTÉ DE RÉALISER UN ENTRETIEN : **STÉPHANE ADAM** (FPNRF), **SOLINE ARCHAMBAULT** (GRAND SITE DE FRANCE), **GUILLAUME BÉREAU** (FRANÇOIS TOURISME CONSULTANT), **LUC BONZON** (CONSEIL RÉGIONAL DE NOUVELLE-AQUITAINE), **LAURENCE CHABANIS** (OFB), **RENÉ CHAREST** (SÉPAO), **MARIE-JOSÉE CULIOLI VICHÈRE** (DESTIMED), **GUILLAUME CROMER** (ATD), **NICOLAS DAYOT** (FNHPA), **CHRISTOPHE DES ROSEAUX** (BDT), **ANNE KONITZ** (CONSERVATOIRE DU LITTORAL), **CÉCILE LÉONHARDT** (CCI FRANCE), **THIERRY LEREVEREND** (TERAGIR), **CHRISTIAN MANTÉI** (ATOUT FRANCE), **MYLENE MUSQUET** (PARC NATIONAL DE GUADELOUPE), **ÉMELINE NOTARI** (HUMANITÉ ET BIODIVERSITÉ), **JEAN-MARC PEILLEX** (MAIRIE DE SAINT-GERVAIS), **CÉLINE PIQUIER** (OFB), **SOPHIE PORTIER** (ADEME), **LAURENT REYNAUD** (DOMAINES SKIABLES DE FRANCE), **BAO TRAN NGUYEN** (SCET), **MÉLISSA TROUGAN** (VILLE D'AGDE), **ANTONIN VERGÈZ** (PROGRAMME EFESÉ)

ÉDITION : **MISSION ÉCONOMIE DE LA BIODIVERSITÉ**

GRAPHISME : **JOSEPH ISIRDI** – www.lisajoseph.fr

CONTACT : mab@cdc-biodiversite.fr

PHOTO DE COUVERTURE : © ARCACHONPHOTO DE SHUTTERSTOCK

CITATION DE L'OUVRAGE : CDC BIODIVERSITÉ (2021), D'UN TOURISME IMPACTANT À UN TOURISME DURABLE, LA BIODIVERSITÉ COMME OPPORTUNITÉ DE RESTRUCTURATION DES FILIÈRES, MAGNIER, D., MÉNARD, S., MOUTON, T., MUNOZ-GUIPOUY, A., MISSION ÉCONOMIE DE LA BIODIVERSITÉ, BIODIV'2050 N°22, 64P.



ÉDITO

Il faut réinventer un modèle touristique plus soucieux des préoccupations des territoires, et donc faire émerger un tourisme digital, durable et participatif.

Le Plan Relance Tourisme a permis la mobilisation efficace de moyens financiers importants afin d'agir dans l'urgence au plus près du secteur touristique. De nombreux acteurs contribuent, tout au long de la chaîne de valeur, au développement de ce secteur composite qui constitue une ressource économique essentielle pour notre pays. La mise en place d'un Prêt Garanti par l'Etat (à hauteur de 4 milliards d'euros) a permis de soutenir activement une part importante des acteurs. C'est également le cas des fonds « Résilience », co-financés par la Banque des Territoires et les Régions qui ont eu vocation à aider les TPE, micro-entreprises, associations et acteurs de l'économie sociale et solidaire du secteur.

C'est avec cette même volonté de soutenir un secteur lourdement impacté par la crise sanitaire et de l'accompagner dans sa transition, la Banque des Territoires prolonge et amplifie son intervention via le financement de l'immobilier. A cet effet, 800 millions d'euros ont été alloués pour des interventions en fonds

propres contribuant à la création et à la rénovation de l'hébergement touristique. Ce qui permet au tourisme de gagner en performance et en durabilité.

Nous souhaitons également que cette démarche d'investissement de long terme invite le secteur à se restructurer en intégrant pleinement les besoins liés à la transformation écologique et énergétique des territoires. La Banque des territoires participe pleinement au Plan de Reconquête et de Transformation du Tourisme annoncé par le Président de la République en gardant comme objectif de faire émerger un tourisme plus vert et plus participatif, qui intègre ses activités dans les territoires de manière cohérente et qui saura s'appuyer sur la richesse patrimoniale de notre paysage national.

Les enjeux de transformation du secteur poussent l'ensemble des filières à se doter de stratégies territoriales structurantes en matière de prise en compte de la biodiversité. Le tourisme de demain sera nécessairement plus respectueux de notre environnement et bâti autour de la valorisation de notre patrimoine. Nous accompagnerons cette transformation visant la reconquête d'espaces délaissés, la déconcentration des phénomènes

de surcharge touristique de certains territoires, tout en agissant sur la maîtrise des ressources et la limitation de l'artificialisation des sols.

L'ambition est forte ! Cette publication de la Mission Economie de la Biodiversité participe de l'engagement de la Banque des Territoires à faciliter la transition des entreprises et des acteurs locaux en faveur d'un tourisme durable de proximité.



Olivier Sichel,

Directeur général délégué
de la Caisse des Dépôts,
Directeur de la Banque des Territoires



Jean-Baptiste LEMOYNE
Ministre délégué chargé du tourisme

Le tourisme bleu-blanc-rouge, pour qu'il retrouve toutes ses couleurs, devra aussi être vert. L'ambition du Gouvernement, portée notamment par le Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et le Ministère de la Transition écologique, est ainsi assumée : nous entendons faire de la France la 1^{ère} destination du tourisme durable d'ici 2030. Pour cela, durabilité et innovation sont les deux piliers du plan « Destination France » pour la relance et la reconquête du tourisme ardemment souhaité par le Président de la République et annoncé par le Premier Ministre, le 20 novembre dernier.

Nous voulons garder un temps d'avance. Pour répondre aux enjeux de demain et aux objectifs internationaux en matière de réduction des impacts écologiques, il nous faut toujours mieux prendre en compte les nouveaux comportements et attentes des clientèles qui plébiscitent le lien à la nature, à l'authenticité. C'est tout le sens du plan Destination France, à travers des mesures en faveur de la transition durable du secteur.

La crise sanitaire est un momentum. C'est l'opportunité d'accélérer les transitions du secteur à travers la conciliation des enjeux environnementaux et les besoins des territoires. Cet équilibre doit permettre aux destinations touristiques d'évoluer dans des écosystèmes sains et préservés, conditions même de leur attractivité.

Le contexte sanitaire a aussi accentué les aspirations de nombreux voyageurs vers un tourisme de nature au cœur des territoires. Ces retrouvailles reflètent une tendance de fond : le désir de séjourner au sein d'espaces préservés en milieu rural, montagneux et littoral. Cette tendance invite donc à développer une stratégie politique et une gouvernance robuste en matière d'écotourisme, permettant de protéger ces milieux tout en développant ce tourisme de nature. De nombreuses

initiatives le démontrent, le tourisme peut être un secteur à impact positif, outil de préservation de nos écosystèmes. C'est pourquoi le Gouvernement souhaite accompagner cette prise de conscience et le déploiement d'actions participant au développement d'un tourisme responsable.

Agir en faveur de la biodiversité, notre bien commun

C'est en faveur d'une biodiversité comprise en tant que bien commun, à la fois primordiale et indispensable pour chacun d'entre nous, que nos deux ministères s'engagent aujourd'hui. Le plan Destination France porte justement cette vision. Les concertations menées à l'été 2021 par le Gouvernement auprès des secteurs du tourisme littoral, rural, culturel, urbain et d'affaires, et du tourisme ultramarin témoignent de notre ambition : développer ces filières dans le respect de notre patrimoine naturel et culturel.

Face à l'urgence climatique, à l'érosion de la biodiversité et aux tendances de fond de la demande touristique, le secteur du tourisme doit se réinventer et les modes de consommation s'adapter. Pour lutter contre les méfaits du sur-tourisme, il devient nécessaire de mieux répartir les flux de touristes dans l'espace – sur l'ensemble de nos territoires qui disposent tous d'atouts culturels et naturels, mais aussi dans le temps vers un tourisme quatre saisons. Dans cette perspective, accompagner l'ingénierie territoriale et investir dans des projets structurants permet d'accélérer la diversification de l'offre, sa recomposition spatiale et la conquête de nouvelles clientèles.

Le plan Avenir Montagnes présenté en mai 2021, s'inscrit également dans cette dynamique. Il accompagne les massifs vers un tourisme plus diversifié et durable en déployant d'importants moyens au profit des acteurs dans les territoires, en lien avec les Régions. Le plan Avenir Montagnes permet de soutenir des projets relatifs à



Bérange ABBA
Secrétaire d'État chargée de la biodiversité



© Oligo22 de Shutterstock

la création et la réhabilitation de 1 000 km de sentiers d'itinérance, à la rénovation de l'immobilier de loisirs dans les stations de montagne, ou encore à la création d'offres de mobilité innovantes et durables.

Les notions de responsabilité et d'anticipation doivent rassembler l'ensemble des acteurs du tourisme pour concevoir une offre globale, équilibrée sur les trois piliers : économique, social et environnemental.

Le secteur touristique est pleinement engagé dans les enjeux de durabilité. La publication par l'ADEME de vingt mesures pour opérer « la transition de l'ensemble de la 1^{ère} destination touristique mondiale vers un tourisme durable », a marqué une étape importante. Dans la foulée de ce rapport commandité par le Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, des fédérations professionnelles, associations et élus à travers le Comité de Filière Tourisme et la Commission tourisme durable se sont mobilisés. La récente consultation

citoyenne sur le tourisme responsable⁽¹⁾ qui a mobilisé près de 50 000 participants en témoigne tout autant, avec des plébiscites sur la préservation de la biodiversité, la répartition des flux et le développement des transports durables.

Le plan Destination France accompagne cette transformation du secteur touristique, en renforçant notamment la formation et l'attractivité des métiers du tourisme, la diversification, la montée en qualité et la transition écologique de l'offre, l'investissement dans les infrastructures adaptées et durables qui permettent une meilleure protection des milieux naturels, et la numérisation du secteur afin d'aider les voyageurs et les acteurs de la filière à prendre des décisions éclairées.

Grâce à ce plan, nous poursuivons la préservation de nos patrimoines naturels et paysagers en accompagnant la création de 35 nouvelles zones de mouillage

(1) Portée par make.org, cette consultation a permis la mise en avant des sujets relatifs à la biodiversité et aux espaces naturels : 27% des propositions s'y rapportent, elles constituent le premier poste de propositions des citoyens.

écologiques. Nous favorisons l'itinérance en complétant les réseaux de sentiers du littoral et sur l'ensemble du pays.

Afin de concrétiser l'ambition de la France de devenir la 1^{ère} destination du tourisme durable en 2030, des indicateurs et des outils dédiés au pilotage de l'empreinte écologique seront mis à la disposition des filières et des entreprises du tourisme. L'ADEME, l'Office français pour la biodiversité et la CDC Biodiversité unissent leur expertise pour accompagner ces opérateurs dans la réduction de l'impact de leurs activités en matière d'émission de gaz à effet de serre ou de perte de biodiversité. Avec des entreprises volontaires, Destination France doit démontrer la capacité de ce secteur à répondre aux défis du siècle, renforcer l'ancrage territorial des entreprises et mieux prendre en compte les aspirations des visiteurs.

Le patrimoine naturel de nos territoires est le cœur du tourisme bleu-blanc-rouge. Pour le faire battre toujours plus fort, préservons-le et transformons notre modèle pour accompagner les touristes responsables de demain ! ■

INTRODUCTION

Le tourisme a été l'un des secteurs les plus touchés économiquement par la crise due à la Covid-19. Ainsi, « *les pertes potentielles de recettes touristiques globales (domestiques et internationales) pour l'année 2020 sont estimées entre 50 et 60 Md€ soit une baisse comprise entre 30 et 35 % de la consommation touristique annuelle* » (Assemblée nationale, 2020). Dans ce contexte de rupture, les appels au renouvellement de l'offre sont nombreux, d'autant plus que le secteur s'avère fortement sensible à l'évolution des attentes, internationales et domestiques. En 2018, l'OCDE soulignait déjà que « *l'évolution de la situation environnementale [...] allait probablement changer de fond en comble le visage du tourisme à l'horizon 2040* ». Le dernier rapport parlementaire relatif à l'action extérieure de l'Etat (2020) affirmait quant à lui que « *le tourisme durable apparaît comme seule voie de nature à pérenniser nos activités touristiques dans le respect de l'environnement, des aspirations des territoires et de celles des populations* ».

D'après l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), « *le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité* ». On distingue habituellement deux catégories de visiteurs (DGE, 2019) :

- Les touristes, qui passent au moins une nuit (et moins d'un an) hors de leur environnement habituel ;
- Les excursionnistes, qui ne passent pas de nuit hors de leur environnement habituel.

Dans l'économie nationale, la comptabilisation du secteur touristique est relativement émiettée entre le commerce

intérieur et extérieur, dilué dans le vaste champ des services. Il est admis qu'il recouvre les types d'activités suivantes :

- Hébergement (hôtels, maisons d'hôtes et gîtes, campings, villages vacances, appartements, etc.) ;
- Restauration (bars, cafés, artisanat local et épicerie fine) ;
- Tour-opérateurs internationaux et agences de voyages ;
- Transporteurs (aériens, ferroviaires, bus, etc.) et transferts lors des excursions, y compris les croisières ;
- Loisirs et excursions (location de matériel, musées, spectacles, culture, parcs d'attractions, casinos, sports d'hiver, thermalisme, congrès, etc.).

Première destination touristique au monde⁽¹⁾, la France bénéficie tant du rayonnement international (lié à sa culture, à sa gastronomie ou à ses paysages) que du dynamisme de son marché domestique, fruit d'efforts historiques en faveur d'une démocratisation des loisirs et des vacances.

Des progrès technologiques et de nouveaux modèles économiques (comme le *low-cost*) ont progressivement amélioré l'accessibilité du tourisme, mais non sans conséquences pour l'environnement et le vivant. Aujourd'hui, la France est dotée d'une offre touristique diversifiée, déclinée en différentes filières comme le tourisme d'affaires, les activités de plein air, la thalassothérapie, le tourisme de nature, les sports d'hiver, le tourisme culturel, etc. (CNT, 2010).

Alors que le « *droit au repos et aux loisirs* » est inscrit dans la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948, un des défis qui se pose aujourd'hui concerne la mutation durable du secteur touristique,

afin qu'il soit à la fois désirable pour les vacanciers, viable pour les professionnels et les territoires, et soutenable pour les milieux dans lesquels ces activités prennent part.

Le tourisme durable est défini par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) comme « *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* » (UNWTO, 2004). Pour en optimiser les impacts positifs, le tourisme durable ne doit pas être considéré comme une des déclinaisons du tourisme, un style parmi d'autres. Plutôt qu'une approche en silo, le tourisme durable doit être pleinement intégré à la totalité des activités touristiques et bénéficier d'une approche transversale.

Dans la continuité du souci grandissant à l'égard des pressions anthropiques et du renforcement de la prise en compte des préoccupations environnementales, les organisations internationales mettent les préceptes du tourisme durable à l'ordre du jour des grands rendez-vous :

- L'année 2017 a été proclamée « année internationale du tourisme durable pour le développement des Nations Unies » ;
- Cet engagement s'appuie sur les « Lignes directrices sur la diversité biologique et le développement du tourisme » adoptées lors de la 7^e COP de la Convention sur la diversité biologique (CBD) en 2004, qui ont pour but d'orienter la planification du tourisme conformément aux objectifs de réduction de l'érosion de la biodiversité⁽²⁾ ;
- Un autre référentiel à l'initiative du Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE) et de l'OMT,

(1) Il est toutefois à noter qu'une part non négligeable (entre 15 et 20% selon les estimations) ne font que traverser la France sans s'y attarder. De plus, les limites concernant les méthodes utilisées pour calculer le nombre annuel de touristes sont souvent soulevées, ces données doivent donc être nuancées.

(2) Selon l'Office français de la biodiversité (OFB), la biodiversité désigne « l'ensemble des êtres vivants ainsi que les écosystèmes dans lesquels ils vivent. Ce terme comprend également les interactions des espèces entre elles et avec leurs milieux ».



© Valery Bareta de Shutterstock

celui des « Global standards for sustainable travel and tourism », sert de cadre volontaire à l'établissement des certifications⁽³⁾.

Cette publication s'adresse ainsi à l'ensemble des acteurs du tourisme :

- Les acteurs privés (tour-opérateurs, transporteurs, hébergeurs, restaurateurs, parcs de loisirs, entreprises de l'événementiel, consultants, etc.)
- Les fédérations (ADN Tourisme, FNTV, FNHPA, UNCA, etc.)
- Les collectivités territoriales et les acteurs publics (Atout France, Banque des Territoires, ADEME, ANCV, CCI, FPNRF, etc.) ;

(3) <https://www.gstcouncil.org/>

- Les associations (Réseau des Grands Sites de France, Acteurs du Tourisme Durable, associations environnementales, etc.).

L'objectif de la publication est d'accompagner, dans une logique transversale, ces acteurs dans la prise en compte des enjeux liés à la préservation et la restauration de la biodiversité dans le cadre de leurs activités. La publication n'est pas centrée sur l'écotourisme et le tourisme de nature : elle cherche à entraîner un changement de paradigme global de toutes les filières liées au tourisme et s'adresse donc aussi plus généralement à l'ensemble des acteurs des territoires dans la perspective d'un tourisme de proximité.

La partie « Comprendre » (i) dresse un panorama du tourisme en France et de son rôle stratégique dans l'économie française,

(ii) étudie les impacts et dépendances des activités touristiques vis-à-vis de la biodiversité, (iii) précise les raisons de la nécessité d'un changement de paradigme sur la base des évolutions sociétales et des enseignements liés à la Covid-19 et (iv) se concentre sur l'ambition forte portée par la France pour faire du pays la première destination de tourisme durable dans le monde.

La partie « Inventer » se penchera quant à elle sur la mise en œuvre de stratégies durables en faveur de la biodiversité par les différents acteurs, du cadre réglementaire à l'action volontaire. Des solutions opérationnelles seront également présentées, de la gestion de la surfréquentation à la réorientation du positionnement des territoires à travers le marketing territorial, en passant par les dispositifs de reconnaissance de qualité et la sensibilisation.

COMPRENDRE

TOURISME ET BIODIVERSITÉ : DE NOMBREUSES INTERDÉPENDANCES ET DES AMBITIONS FORTES



Le tourisme, un secteur majeur pour l'économie des territoires

Un secteur stratégique à l'international et particulièrement pour la France, 1^{re} destination mondiale

Le secteur du tourisme occupe une place stratégique, constituant l'un des phénomènes économiques et sociaux les plus importants du 21^e siècle, caractérisé par une expansion rapide de l'industrie et par la tendance croissante des touristes à visiter de nouvelles destinations (Canteiro *et al.*, 2018). D'après l'Organisation mondiale du tourisme (OMT, 2017), 1 186 millions de touristes ont effectué des voyages internationaux en 2015, contre 674 millions de touristes en 2000 et 25 millions en 1950. En 2030, les estimations portent à 1,8 milliard le nombre de touristes qui

voyageront à l'international. En corolaire, les dépenses mondiales consacrées aux voyages ont plus que doublé depuis 2000, atteignant 1 200 milliards USD en 2016 (OMT, 2017). Ce poids économique est encore davantage amplifié si l'on prend en compte que, pour chaque dollar dépensé dans le tourisme, 1,5 dollar supplémentaire revient au PIB d'autres secteurs (PNUE, 2002).

Deux tiers des Européens qui partent en vacances séjournent au sein de l'Union Européenne (CNT, 2010). Capter cette clientèle comporte donc de forts enjeux.

En France, « *le tourisme est un capital considérable, riche de près de 3 millions d'emplois, avec un chiffre d'affaires cumulé de 180 milliards d'euros, et l'accueil annuel d'environ 90 millions de visiteurs venus du monde entier* », rapportait le Premier ministre Jean Castex à l'occasion du 6^e Comité interministériel du tourisme (CIT, 2020). 313 000 entreprises – majoritairement des TPE et PME – dépendent en effet de cette activité, dont les différents postes se répartissent comme indiqué en figure 1.

Le tourisme tient « *une place primordiale dans la plupart des régions, variant dans des fourchettes comprises entre 6 à 9% de leur PIB et de leurs emplois* » (CNT, 2010). Dans les littoraux par exemple, il est estimé que l'économie touristique représente près de 50% de la valeur ajoutée de l'économie maritime métropolitaine (Insee et SOeS, 2004). Ce dynamisme économique s'avère toutefois hautement saisonnier, concentré durant les vacances scolaires, 40% des nuitées ayant lieu en juillet et en août par exemple (CGDD, 2017). En France, cette double concentration spatiale et temporelle est une donnée essentielle, considérée à la fois comme un levier sur lequel agir pour plus de durabilité, mais qui rappelle aussi la fragilité de ce modèle économique et la dépendance des territoires, autant d'éléments qui peuvent freiner sa transition (Cf. Le tourisme, un secteur fortement dépendant de la biodiversité).

Avec 6% des arrivées mondiales, le pays est la première destination internationale, mais se classe derrière les États-Unis ou l'Espagne en termes de recettes, car de nombreux visiteurs ne font que traverser

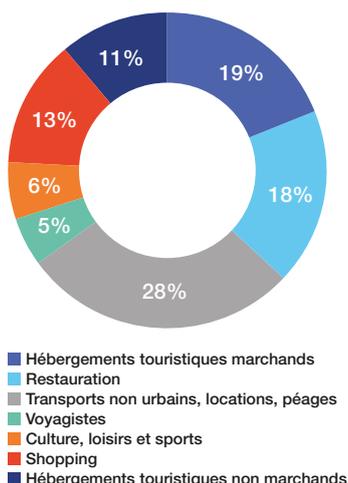


Figure 1 : Part de l'activité dans la consommation touristique intérieure (CIT, 2017)

le territoire, pour une durée de séjour relativement courte⁽¹⁾ : 43% des séjours internationaux durent ainsi moins de trois nuits (Ferrer *et al.*, 2019). Par exemple, l'Île-de-France est la région française où la durée des séjours est la plus courte (3 jours en moyenne). Entre 1995 et 2015, la France a connu une diminution de la durée moyenne des séjours, alors que la tendance est à la hausse pour d'autres destinations européennes (Islande, Espagne, Bulgarie, Italie) (Gössling *et al.*, 2018).

Représentant 8% du PIB national⁽²⁾ et 22% des exportations de services (OCDE, 2020), le tourisme est l'une des activités les plus performantes du pays (CNT, 2010), constituant régulièrement le premier poste des excédents commerciaux. C'est pourquoi sa transition durable s'avère désormais stratégique. Les principales activités que les touristes internationaux pratiquent sont la visite de sites culturels et le shopping (DGE, 2018), alors que le potentiel que représentent les activités de nature est encore largement inexploré. Dépendants en partie des solutions de mobilité disponibles, les sites culturels se concentrent dans les zones urbaines (et notamment Paris) qui sont les portes

d'entrée du tourisme, bien qu'une dispersion s'opère graduellement. En France, la première région touristique demeure l'Île-de-France, avec 50 millions de touristes accueillis, étrangers pour la moitié. Il est fréquemment relayé que 80% des touristes se répartissent sur 20% du territoire (Sénat, 2019). Cet état de fait repose sur la position stratégique de l'Île-de-France en matière de multimodalité. Au sein de l'espace métropolitain, Paris continue d'être une macrocéphalie structurante et cette tendance se confirme du point de vue touristique avec l'orientation de nombreux flux (ferroviaires, routiers et aériens) vers l'ensemble du territoire.

L'objectif affiché par les pouvoirs publics est de faire de la France une destination championne du tourisme durable et d'accueillir 100 millions de visiteurs par an d'ici 2030. Cet objectif questionne la conciliation entre l'augmentation du nombre de visiteurs et la prise en compte des enjeux environnementaux, et notamment de la préservation de la biodiversité.

Dans son dernier rapport sur les « mégatendances » dans le tourisme, l'OCDE appelle à une « stratégie gouvernementale intégrée », traduite en une action politique basée sur trois segments (OCDE, 2018) :

- L'efficacité énergétique et des incitations à une sobriété carbone ;
- La réglementation des usages de l'eau ;
- Pour la biodiversité, « une réglementation portant sur les écosystèmes fragiles, ainsi que des politiques nationales productrices de recettes touristiques utilisées pour protéger un habitat biologique essentiel » (OCDE, 2018).

L'OCDE souligne enfin que « pour assurer la pérennité du tourisme en tant que force économique et sociale, cette démarche devra faire une place prioritaire à la viabilité environnementale, à l'inclusivité, à la diversification, à l'innovation ».

Une triade « littoral, montagne et campagne » pour les résidents nationaux, marquée par une forte saisonnalité.

Si la clientèle étrangère est habituellement la cible des stratégies de promotion, elle n'est responsable que de 38% de la consommation touristique intérieure (CTI), l'essentiel étant imputable aux séjours domestiques (DGE, 2018). 70% des résidents nationaux séjournent sur le territoire français, d'où l'intérêt d'élaborer des stratégies orientées vers un tourisme durable pour capter cette clientèle nationale.

Les Français se tournent majoritairement vers le territoire national (malgré une diversification vers l'international) et accordent une place plus importante à la nature et sa biodiversité. Dans le contexte de la crise sanitaire liée à la Covid-19, l'espace national apparaît comme un territoire de repli, sécurisé, accessible et riche en patrimoine : selon le Ministère des Affaires Étrangères, 94 % des Français ont passé leurs vacances en France en 2020, contre 75% habituellement. Les séjours se sont faits dans des formats plus courts et souvent de proximité, pour lesquels les territoires aux aménités naturelles et paysagères ont été particulièrement prisés. Ainsi, la moitié des communes littorales et de montagne sont concernées par un taux élevé de fonction touristique⁽³⁾ (de 100 à 1000 lits par habitant), (CGDD, 2017). Ces zones d'implantation touristiques sont souvent des territoires de grande diversité biologique (Bureau, 2011), sensibles à la fréquentation. En été, les Français privilégient le littoral (62%) avant la campagne (24%), la montagne (23%), les voyages itinérants (21%) et la ville (15%) (Baumlin et Duhautois, 2019).

Destination préférée des Français, le littoral métropolitain a été bouleversé en profondeur par les différentes missions d'aménagement des années 1960 et 1980 (notamment la Mission Racine), aboutissant aux paysages bien connus des stations

(1) Les raisons mises en avant sont la difficile adaptation au marché mondial (et notamment la clientèle asiatique), la qualité de l'accueil, l'offre d'hébergement et de transport (Leroy et Portarriau, 2018)

(2) Comparable au secteur du BTP

(3) Le taux de fonction touristique désigne le rapport entre la capacité d'une commune en hébergement touristique (c'est-à-dire le nombre de touristes pouvant être accueillis) et le nombre de résidents permanents.

COMPRENDRE

TOURISME ET BIODIVERSITÉ : DE NOMBREUSES INTERDÉPENDANCES ET DES AMBITIONS FORTES

balnéaires comme La Grande Motte. Aujourd'hui, le littoral représente 40% de la capacité de lits, dont les trois-quarts en résidences secondaires. Cette configuration constitue une pression démographique à relier à des niveaux d'artificialisation 2,6 fois plus élevés que la moyenne, à hauteur de 15 % du territoire (CGDD, 2019). Toutefois, le désir de davantage d'authenticité et la conscience des dégâts de ces missions ont permis l'adoption en 1986 de la loi Littoral qui en règle notamment l'aménagement (CNT, 2010). Les niveaux de protection y sont aussi plus élevés que dans le reste du territoire, pour les sites Natura 2000 par exemple (CGDD, 2019). Le cas du tourisme ultra-marin, construit sur l'imaginaire des plages paradisiaques « *sable fin, soleil, cocotiers* » (CESE, 2018) s'est lui aussi structuré autour des littoraux et attire une grande majorité de voyageurs en provenance de l'Hexagone et peine à diversifier son offre pour diminuer les pressions sur les littoraux.

L'espace montagnard a connu des plans d'aménagement similaires. Ceux-ci ont débuté avec le plan Neige dès 1964, qui constitue un moment fort de la démocratisation des sports d'hiver (mais également

de l'artificialisation en altitude), que la loi Montagne de 1985 a tenté de limiter ultérieurement. D'après l'Évaluation française des services écosystémiques (EFESE, 2019), la forte saisonnalité de cette activité « *explique le dimensionnement des villages station en fonction des pics de fréquentation et a conduit à un étalement spatial qui peut être localement significatif* ». Avec près de 10 000 km² de pistes, le domaine skiable français est un des plus importants au monde. Cette activité se concentre sur quelques sommets emblématiques, un phénomène qui risque de s'aggraver avec les difficultés d'enneigement liées au changement climatique. La fréquentation estivale de la montagne est un levier pour limiter les pertes économiques dues à la raréfaction de l'enneigement, qui rencontre un réel succès (équivalent aux taux hivernaux), mais qui doit être régulée pour ne pas perturber la faune et la flore. Les écosystèmes montagnaux sont en effet fragiles, leur superficie étant concernée à 57% par un statut de protection (EFESE, 2019).

Le tourisme rural s'est quant à lui développé du fait de l'essor de l'urbanisation, générant des séjours

plus courts et de proximité, selon des modes d'hébergement nouveaux. Il se veut de plus en plus centré sur des expériences immersives dans la nature. Elles peuvent s'appuyer sur des activités d'observation de la faune sauvage (EFESE, 2016) ou l'itinérance douce. Ce type d'offre conjugue pédagogie, approche sociale, responsabilité environnementale des équipements et bien-être pour les populations. La balade à la campagne ou en forêt est ainsi l'activité récréative la plus pratiquée par les Français, devant les parcs d'attraction et les sorties culturelles (EFESE, 2016) sans qu'on puisse différencier de manière précise s'il s'agit d'une activité d'opportunité (proximité, accessibilité) ou d'une activité motivée par un but (distance parcourue ou moyens mis en œuvre pour la réaliser). Quoiqu'il en soit les terroirs et les labels contribuent à l'attractivité du tourisme rural, dont le maillage territorial répond aux enjeux actuels de déconcentration de la fréquentation et de répartition des bénéfices économiques entre les territoires.

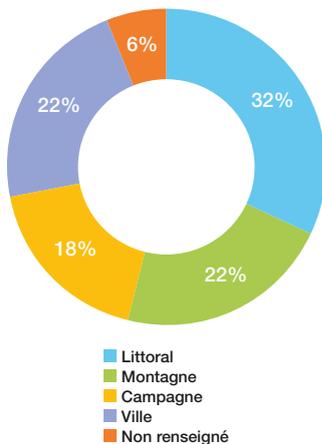


Figure 2 : Distribution géographique des séjours en nuitées (DGE, 2017)

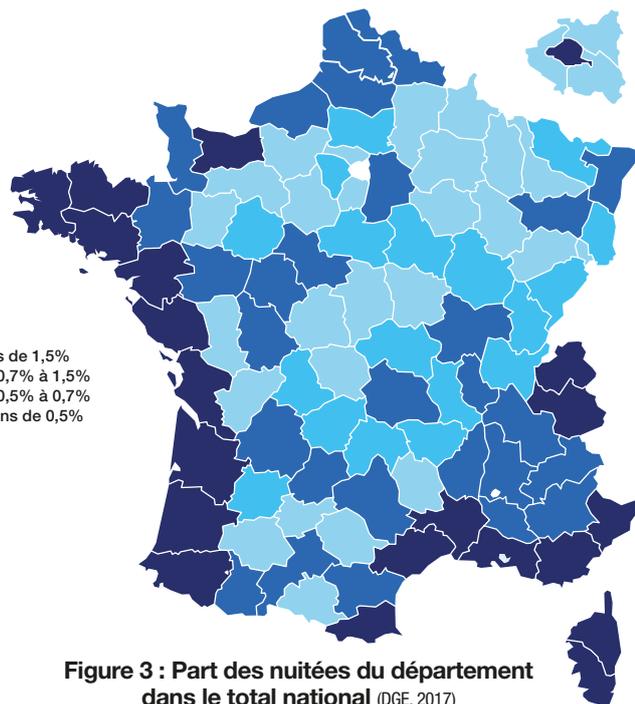


Figure 3 : Part des nuitées du département dans le total national (DGE, 2017)

Le Conservatoire du littoral : de la lutte contre l'artificialisation côtière à l'ouverture à un tourisme durable

Anne Konitz, Directrice de la Communication du Conservatoire du littoral

Créé en 1975, l'établissement public du Conservatoire du littoral agit historiquement comme rempart contre l'urbanisation côtière en se portant acquéreur d'espaces naturels, les restaurant si nécessaire, puis balisant leur ouverture au public. Il assure la préservation d'un capital naturel et historique fondamental pour l'attractivité des territoires, et garantit la transmission de la valeur patrimoniale de ce bien commun par la continuité paysagère. Il gère actuellement 213 500 hectares de littoraux soit environ 15% du linéaire côtier, avec pour objectif d'en protéger un tiers à l'horizon 2050.

Si le Conservatoire ne s'est jamais positionné volontairement comme un acteur du tourisme (son cœur de métier étant l'action foncière), celui-ci n'en reste pas moins un acteur clé du tourisme durable, au vu des 40 millions de personnes qui fréquentent ses 750 sites chaque année (contre 8 millions dans les Parcs nationaux par exemple). Aujourd'hui, le Conservatoire du littoral œuvre en faveur d'une ouverture au public de ces espaces via l'offre de sentiers (et notamment le sentier du littoral). Parallèlement, des actions autour du patrimoine bâti (maisons de site, gîtes, etc.) sont engagées pour permettre la rencontre avec le visiteur, la pédagogie et la sensibilisation. Afin de répondre au mieux à ce besoin de nature qui s'est par ailleurs renforcé avec les différents confinements, le Conservatoire du littoral développe des mesures d'ingénierie touristique pour flécher la fréquentation hors des zones sensibles des sites (par la mise en place de sentiers sur platelage par exemple). L'objectif est de restituer à tous l'accès à ces sites exceptionnels, en garantissant le respect de leur biodiversité emblématique.

L'ouverture au public et l'attractivité induite par la qualité des espaces préservés sont des arguments forts pour convaincre les collectivités de s'allier avec le Conservatoire du littoral pour la gestion de ces espaces, plutôt que de les urbaniser. De nombreuses collectivités territoriales font aujourd'hui appel au Conservatoire du littoral afin qu'il fasse usage de son droit de préemption sur des espaces littoraux à préserver. Les potentiels économiques liés à l'attractivité touristique et la valeur patrimoniale de ces lieux prévalent ainsi sur leur valeur constructive.

La gestion partenariale qui est mise en place sur les espaces propriété de l'établissement permet également de maintenir une variété d'usages, bien au-delà du tourisme seul. Ainsi, le Conservatoire accompagne 1 000 exploitants agricoles sur ses sites *via* des conventions, conciliant activités traditionnelles, respect des écosystèmes et pédagogie pour les visiteurs.



Presqu'île de La Hague - Manche © Frédéric Larrey - CDL

La préservation de la biodiversité et des paysages au cœur des domaines skiables

Alexandre Maulin, Président de Domaines Skiables de France

En tant que chambre professionnelle des opérateurs de domaines skiables, Domaines Skiables de France (DSF) fédère et anime un réseau de plus de 400 adhérents (opérateurs de remontées mécaniques, de domaines skiables, fournisseurs, constructeurs, centres de formations, maîtres d'œuvre, etc.). Les domaines skiables occupent 1,5% de la surface totale de l'espace montagnard français.

Aujourd'hui, la montagne fait face à une menace majeure : le changement climatique. Afin d'agir pour préserver le bien commun que représente la montagne, DSF et l'ensemble de ses adhérents se sont engagés sur seize éco-engagements, au sein desquels la biodiversité et les paysages ont une place prépondérante. Pour leur élaboration, DSF s'est appuyé sur les bonnes pratiques d'ores et déjà mises en place chez ses adhérents pour les développer au niveau national. Un processus de concertation d'un an et demi a ensuite été mis en place pour fédérer l'ensemble des acteurs.

Cinq éco-engagements sont ainsi relatifs à la préservation de la biodiversité et des paysages, atouts clés de l'attractivité de nos territoires :

- Inventaire écologique – Chaque exploitant disposera sous 5 ans d'un inventaire des connaissances environnementales des espaces naturels concernés (faune, flore, zones humides, zones d'hivernage, zones de reproduction, etc.) ;

- Protection des galliformes de montagne – D'ici 5 ans, signalisation de 100% des tronçons des câbles de remontées mécaniques susceptibles d'être un obstacle au vol des grands oiseaux et en particulier des Tétrasy Lyres et Grands Tétrasy ;

- La végétalisation après travaux - Engagement de 100% de végétalisation après terrassement dans les zones herbeuses et d'alpage. Avec la mise en place de ces actions, DSF s'attend à une revégétalisation avec des semences endémiques de 2 300 ha ;

- L'engagement d'utilisation de semences endémiques pour les travaux de végétalisation ;

- Le démontage des installations obsolètes – Déploiement d'une stratégie d'élimination des remontées mécaniques abandonnées à partir de l'été 2021, pour atteindre en 2023 un objectif d'élimination de trois installations obsolètes chaque année.

Au-delà de la biodiversité et des paysages, des engagements relatifs au climat⁽¹⁾, aux déchets, à la gestion de l'eau et à l'agriculture sont mis en avant, permettant une appropriation globale des enjeux liés aux thématiques environnementales.

(1) Avec un objectif de neutralité carbone des domaines skiables à l'horizon 2037 (Scopes 1 et 2)



© Sergey Naryshkin de Shutterstock

Dépendances, impacts et synergies entre tourisme et biodiversité

La croissance régulière du nombre de visiteurs en France soulève la question de la capacité de charge des territoires touristiques (CGDD, 2017), une problématique éminemment locale et fluctuante en fonction de la vulnérabilité des sites. L'OMT (2013) identifie ainsi plusieurs défis autour de cette conciliation du tourisme et de la biodiversité :

- « Faire appliquer au tourisme les meilleures pratiques en matière de préservation de la biodiversité et d'aménagement ;
- Comprendre quelles sont les incidences négatives du tourisme sur la biodiversité, et quels sont les moyens d'éviter ou de limiter ces incidences ;
- Comprendre la valeur que la biodiversité représente pour le tourisme, et le potentiel qu'offre le tourisme pour contribuer à la conservation de la biodiversité ;
- Intégrer la question de la biodiversité aux plans et décisions concernant le tourisme ».

Le tourisme, un secteur fortement dépendant de la biodiversité

Selon Christ *et al.* (2003), « la biodiversité est essentielle pour le développement continu de l'industrie du tourisme, bien qu'il y ait un manque apparent de conscience des liens - positifs et négatifs - entre le développement du tourisme et la conservation de la biodiversité ».

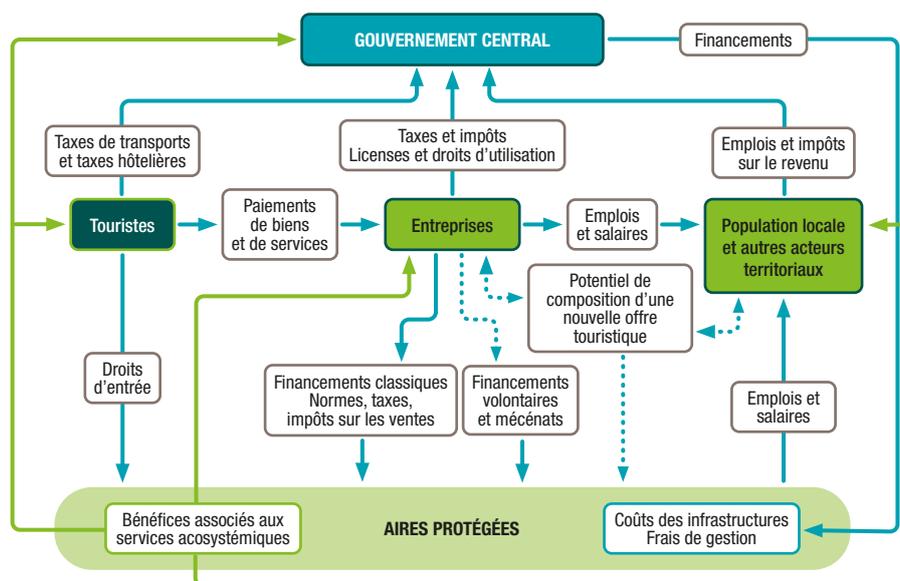


Figure 4 : Le tourisme et les services écosystémiques - Flux économiques enregistrés lorsque le rôle des zones protégées est analysé à partir des services écosystémiques rendus (Tapper, 2004)

La dimension paysagère joue un rôle crucial d'un point de vue économique dans le secteur du tourisme, celle-ci pouvant être à la base de stratégies de marketing territorial (Cf. Réorienter l'effort marketing pour servir la stratégie de durabilité). Or, le caractère plaisant d'un paysage est directement lié à la biodiversité qui le caractérise, à plusieurs degrés. Le secteur du tourisme est donc fortement dépendant de la diversité biologique, au cœur des dynamiques d'attractivité des territoires.

En 2013, l'OMT rapportait que « la valeur de la diversité biologique pour le tourisme et les services connexes fournis par des écosystèmes sains est extrêmement importante », jugeant même cette dernière « vitale » pour ce secteur en dépit des conflits d'usage qui y sont parfois liés. D'après Habibullah *et al.* (2016), « les activités commerciales de l'industrie du tourisme dépendent largement de la biodiversité et aucune entreprise n'est durable sans une riche

biodiversité ». En effet, la plupart des services écosystémiques⁽⁴⁾ bénéficient au tourisme (approvisionnement, régulation et support) même si le service culturel est le plus évident. Dans un rapport ministériel paru en 2016 évaluant la dépendance des activités économiques aux écosystèmes, la dépendance du tourisme est estimée « très forte », au même titre que l'agriculture ou la sylviculture (Delannoy, 2016). Via le façonnement des paysages, la biodiversité est également essentielle au tourisme, ceux-ci « pouvant être directement à l'origine de visites sur site ou encore de pratiques d'activités récréatives » (EFESE, 2016).

Le tourisme est un des secteurs qui aurait à la fois fortement à perdre de la dégradation des paysages, mais qui a aussi beaucoup de potentiel pour impulser des dynamiques positives autour de la

(4) Définis comme étant « les bénéfices que les humains tirent des écosystèmes » (MEA 2005)

Tableau 1 : Composition de la valeur économique des services écosystémiques liés au tourisme (source : auteurs, adapté de MEA, 2005)

VALEUR ÉCONOMIQUE TOTALE						
VALEUR D'USAGE			VALEUR DE NON-USAGE			
Avec prélèvement	Sans prélèvement	Valeur d'usage indirect	Valeur d'option	Valeur patrimoniale	Valeur de leg	Valeur d'existence
Hébergement touristique, alimentation, souvenirs, construction, etc.	Loisirs, sports, récréation, activités balnéaires, de montagne, etc.	Fonctionnement des écosystèmes, cycle de l'eau, pollinisation, etc.	Usages potentiels futurs (conservation, production, paysages, etc.)	Esthétique, paysages, espèces ou habitats protégés	Satisfaction retirée du fait de transmettre cet élément	Valeur en soi du vivant

COMPRENDRE

TOURISME ET BIODIVERSITÉ : DE NOMBREUSES INTERDÉPENDANCES ET DES AMBITIONS FORTES

renaturation, de la labellisation et de la protection. 39% des Français sont ainsi intéressés par des voyages écologiques (Baumlin et Duhautois, 2019). La protection de la biodiversité attire les visiteurs intéressés par la qualité des paysages, tout en profitant aux autres formes de tourisme, ce qui encourage la préservation de ce patrimoine et une gouvernance multipartite locale. La contribution du tourisme à la création de parcs nationaux et de réserves est d'ailleurs reconnue depuis longtemps, ayant fourni une justification économique à la conservation (Hall, 2010). Il a donc un rôle moteur dans la patrimonialisation de certains sites, qui confère une valeur de non-usage aux écosystèmes.

Comme le précise le MIO-ECSDE⁽⁵⁾ (2012), « toutes les formes de tourisme dépendent directement des services des écosystèmes et de la biodiversité, du tourisme de masse basé sur le triptyque mer/soleil/sable à l'écotourisme « holistique » traditionnel (interaction holistique avec la nature), l'écotourisme « fragmenté » spécialisé (les

amoureux de la nature avec recherche/intérêt scientifique), le tourisme de l'aventure, le tourisme sportif, le tourisme rural et le thermalisme, le tourisme de croisière et maritime ».

De fortes pressions sur les écosystèmes qui représentent pourtant les fondements de l'attractivité et des ressources territoriales

Parce qu'il est un secteur de services, le tourisme a longtemps pu être perçu comme ayant peu d'impacts négatifs sur l'environnement, voire des impacts potentiellement positifs en raison des valeurs de sensibilisation qu'il porte. Or, sa double concentration spatiale et temporelle contribue à des dégâts environnementaux considérables, jouant à la fois sur la disponibilité des ressources et leur qualité mais aussi sur la capacité des collectivités à gérer les pics démographiques saisonniers.

Les variations saisonnières de population soulèvent la question de la capacité de charge d'un territoire⁽⁶⁾, c'est-à-dire le seuil à partir duquel la fréquentation risque de compromettre de manière durable l'environnement de ce site et son attractivité même. Les activités touristiques sont inégalement nocives : elles dépendent de l'intensité et de la fréquence avec lesquelles elles sont pratiquées, ce qui rend possible de concevoir dès aujourd'hui et à l'avenir des vacances à moindre impact sur la biodiversité. Ainsi, les activités motorisées (visites en bateaux, ski nautique, moto-neige) ou les activités de prélèvement (pêche sportive) sont celles dont les impacts sur la biodiversité sont les plus importants (Canteiro *et al.*, 2018). Les activités de baignade et de randonnée sont bien moins nocives, à condition de ne pas ramasser la flore ou faune présentes, de ne pas jeter de déchets sur son chemin et de proscrire le hors-piste ; mais génèrent toutefois des pollutions (crèmes solaires, déchets), une perturbation modérée de la faune et de la flore, ainsi

(5) Mediterranean Information Office for the Environment, Culture and Sustainable Development

(6) Pour plus d'informations : https://ec.europa.eu/environment/iczm/pdf/tcca_fr.pdf

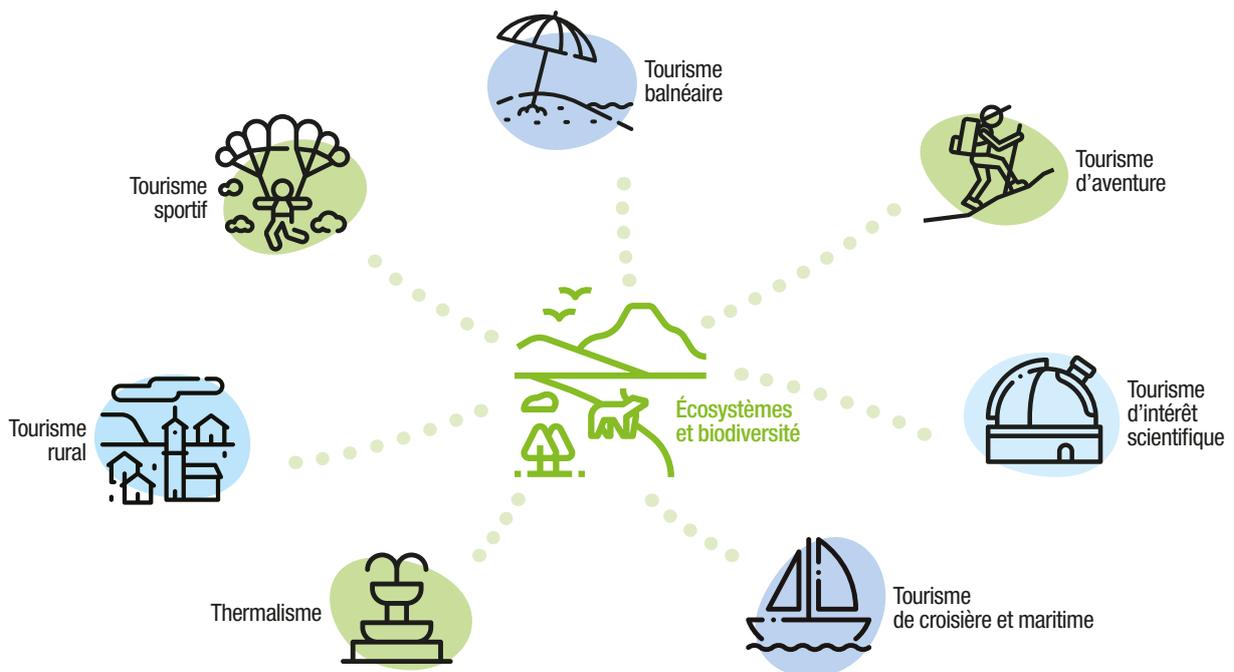


Figure 5 : Les formes de tourisme

© flaticon : Pause08, Freepik, Vitaly Gorbachev, wanicon, ultimatearm

Évaluation des services rendus par la réintroduction de vautours en France

Antonin Vergez (Chef du bureau de la biodiversité) et Eric Tromeur (Adjoint au chef du bureau de la biodiversité et des ressources) - CGDD, Ministère de la Transition écologique

Initiée en 2012 par le ministère de la Transition écologique, l'évaluation française des écosystèmes et des services écosystémiques (EFESE) vise à éclairer les multiples valeurs associées à la biodiversité pour mieux les intégrer dans la décision publique comme privée.

En avril 2021, l'Efese a publié un rapport⁽¹⁾ relatif à la mise en valeur des espèces sauvages sur un territoire. L'étude souligne l'engouement des Français pour les espèces sauvages, notamment d'oiseaux et de mammifères, ainsi que les potentiels d'écotourisme qui en découlent. Ce rapport, composé d'un guide générique et d'un cas d'étude, donne les clés aux acteurs locaux pour identifier les valeurs associées à une espèce et déployer des actions de préservation en conséquence.

La publication prend comme exemple les services rendus par la réintroduction du vautour fauve dans deux parcs naturels régionaux (PNR) français. Cet exemple de réintroduction réussie souligne les potentielles synergies entre le renforcement d'un service écosystémique de régulation et le développement de l'éco-tourisme.

Le vautour est une espèce protégée qui a fait l'objet d'une réintroduction dans les PNR des Baronnies provençales et du Vercors, lesquels comptent aujourd'hui plus de 1 500 individus. Progressivement, une activité touristique s'est structurée autour de son observation. Initialement, c'est le service écosystémique d'équarrissage assuré par les vautours qui a servi d'argument en faveur de leur réintroduction. Aujourd'hui, elle apporte de nombreux bénéfices aux professionnels du tourisme, directement aux opérateurs de visite mais également indirectement à l'ensemble des métiers de l'accueil, de la restauration et de l'hébergement. Le chiffre d'affaires associé à l'activité écotouristique autour de l'observation des vautours dans ces deux PNR a été estimé à au moins un million d'euros par an.

Les potentiels économiques autour de l'observation du vautour ont été évalués sur la base d'expériences de choix. Ainsi :

- Une offre touristique autour de l'espèce réintroduite peut agir de façon synergique avec les activités traditionnelles des territoires et peut apporter un accroissement significatif du chiffre d'affaires du secteur touristique en haute saison et en saison intermédiaire ;
- Le consentement à payer des visiteurs s'élève à plusieurs dizaines d'euros pour une activité d'observation de l'espèce réintroduite à la journée, et celui-ci augmente s'il y a des visites thématiques et individualisées ;
- Les personnes les plus intéressées par les activités d'observation sont les jeunes adultes (18-34 ans), les Franciliens, les personnes intéressées par la nature et les personnes habituées à recourir à des séjours organisés. Les consentements à payer des autres catégories de population sont toutefois également significatifs ;
- Le consentement à payer augmente de 50% par rapport à une offre de base, pour des offres de séjours de trois jours assorties d'une activité d'observation de l'espèce réintroduite ;
- Le consentement à payer croît également proportionnellement en fonction de la diversité d'espèces réintroduites observées et de la dimension locale des autres produits proposés (alimentation du terroir notamment).

L'étude vient ainsi objectiver les synergies entre la préservation d'une espèce et le tourisme, dans la mesure où cette activité peut constituer une justification économique pour la démarche de réintroduction ou la protection plus généralement. Toutefois, pour porter ses fruits, la mise en tourisme autour de la biodiversité nécessite parfois un effort conjoint de sensibilisation. En effet, des espèces comme le vautour ont pu subir une image négative, que leur médiatisation a permis de faire évoluer favorablement.



(1) Yann, K., Quentin, M., Gilles, R., MTE, CGDD. S. de l'économie verte (2021). EFESE. Mettre en valeur les espèces sauvages et leurs fonctions écologiques dans les territoires : Recommandations à partir du cas de la réintroduction des vautours dans les parcs naturels régionaux du Vercors et des Baronnies provençales. La Documentation Française. [<https://side.developpement-durable.gouv.fr/Default/doc/SYRACUSE/791406/efese-mettre-en-valeur-les-especes-sauvages-et-leurs-fonctions-ecologiques-dans-les-territoires-reco>]

COMPRENDRE

TOURISME ET BIODIVERSITÉ : DE NOMBREUSES INTERDÉPENDANCES ET DES AMBITIONS FORTES

qu'un tassement des sols. Le piétinement est particulièrement problématique sur certains sites fragiles comme les dunes côtières ou les crêtes alpines, où il met en danger l'équilibre pédologique du site ainsi que sa microfaune. Cependant, Canteiro *et al.* (2018) ont démontré que la présence d'encadrement et de protocoles de régulation sont les paramètres les plus déterminants dans la réduction de l'empreinte sur la biodiversité, au-delà de la nature même de l'activité ou de son intensité. Ce sont ainsi les activités les moins régulées qui génèrent les impacts les plus nocifs et durables. Néanmoins il faut être prudent sur la véritable efficacité des procédés de régulation et préciser que certaines activités sont, par essence, moins impactantes sur la biodiversité que d'autres.

À travers la réorientation des pratiques sur le territoire et leur encadrement, les acteurs du tourisme sont en première

ligne pour développer des pratiques favorables à la biodiversité, au détriment de pratiques dont l'impact écologique est potentiellement fort. Par exemple, parmi les sports de nature, la randonnée, l'alpinisme ou l'accrobranche sont des activités dont les impacts écologiques sont faibles (voire positifs, via la sensibilisation des visiteurs). Au contraire, le motonautisme, le quad et le canyoning peuvent engendrer des impacts importants sur la biodiversité (nuisances sonores, consommation de carburant, etc.) (EFESE, 2016).

L'OMT (2010) a ainsi estimé que « *l'effet direct du développement du secteur du tourisme a contribué à la perte de biodiversité, en particulier dans les zones côtières et montagneuses* ». En 2013, l'OMT avançait même que « *sur près de 48 000 espèces végétales et animales figurant sur la Liste rouge d'espèces menacées de l'UICN, 1 761 sont dites menacées par des aménagements*

touristiques ». Ainsi, le tourisme contribue activement aux cinq pressions qui pèsent sur la biodiversité : changement d'usage des sols, surexploitation des ressources, changement climatique, pollutions diverses, dissémination d'espèces exotiques envahissantes (Gössling, 2002 ; Gössling et Hall, 2010a), développées ci-dessous.



Changement d'usage des sols et fragmentation des habitats

Le tourisme est un facteur de changement d'usage des sols et d'artificialisation dans la mesure où les infrastructures nécessaires à l'accueil du public sont directement liées à son développement, affectant négativement les sols et par conséquent le vivant et l'eau (Canteiro *et al.*, 2018). Le tourisme est responsable de huit fois plus de destruction d'habitats que de mise en protection de

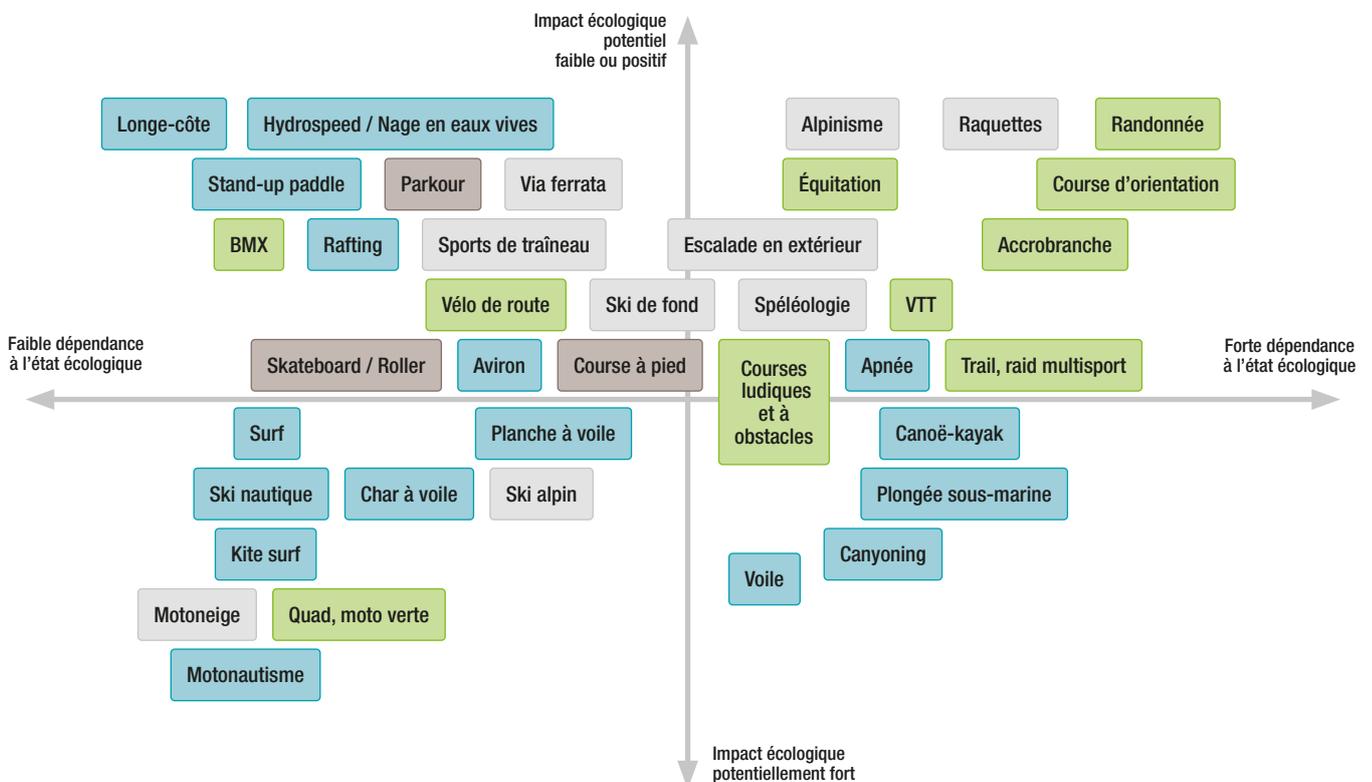


Figure 6 : Impact potentiel et degré de dépendance de différents sports de nature vis-à-vis de la biodiversité des écosystèmes au sein desquels ils sont pratiqués (source : EFESE, 2016)

ces derniers, dans les biomes tempérés et très fréquentés comme la Méditerranée (Hoekstra *et al.*, 2004). « *Le taux de fonction touristique des communes rurales littorales est directement corrélé à leur niveau d'artificialisation : la part des terres artificialisées est de 20,3% dans les communes à forte intensité touristique, pour une moyenne nationale de 1,8% dans ces communes rurales* » (CGDD, 2019). En effet, certains territoires d'accueil peuvent être confrontés à un surdimensionnement en tout genre de leurs équipements, en raison de la population qui est parfois multipliée par cinq, dix ou même vingt entre la saison creuse et la saison haute (x9 pour le Cap d'Adge, x10 pour Saint-Jean-de-Monts, jusqu'à x150 pour Germ). D'autres aménagements, relatifs au transport (gares, routes et péages, aéroports, ou ports de croisière) ou aux loisirs (parcs d'attraction, villages vacances, etc.) sont autant de facteurs associés à l'artificialisation. Le taux d'artificialisation à moins de 500m des côtes s'élève à 29% en métropole, à 40% à La Réunion et 25 % dans les Antilles (CGDD, 2019). Or, cette pression pèse sur des milieux d'exception particulièrement fragiles (zones humides, littoraux, sols de montagne, biodiversité marine, etc.). Ainsi, le fort état de dégradation des écosystèmes littoraux est « *à rapprocher [...] d'un niveau localement élevé de fréquentation touristique* » (EFESE, 2016).

L'habitat est par ailleurs le premier facteur d'artificialisation des sols sur le territoire français (CDC Biodiversité, 2021), pour lequel les résidences secondaires ont une part non négligeable. Dans certaines communes du Languedoc-Roussillon, la part des résidences secondaires peut atteindre 85% des logements neufs (Le Délézir, 2008). Dans les communes littorales, 20% des logements sont des résidences secondaires, occupées en moyenne seulement 40 jours par an (Le Délézir, 2008).



Prélèvement et surexploitation des ressources

À l'échelle mondiale, la surexploitation des terres agricoles et des océans est un facteur majeur d'érosion de la biodiversité. Le tourisme est directement lié aux enjeux de l'alimentation, notamment à travers le tourisme gastronomique qui vise à faire découvrir histoire, savoir-faire et culture d'un pays ou d'une région à travers ses spécialités culinaires. Certaines études montrent ainsi que la consommation alimentaire d'un individu est moins durable lorsqu'il est en séjour touristique : nourriture davantage protéinée, carnée ou provenant des produits de la mer, et donc avec une intensité carbone plus importante (Gössling et Peeters, 2015). Dès lors, il est essentiel d'engager une réflexion quant aux lieux d'approvisionnement (circuits courts à privilégier), à la saisonnalité des produits, au gaspillage alimentaire, au type d'agriculture, à la quantité consommée, à la labellisation des produits et au type d'aliments proposés.

On notera également les activités de loisirs telles que la chasse, la pêche ou la cueillette qui peuvent entraîner très localement des impacts substantiels s'il n'y a pas de régulation.

Les activités touristiques consomment également des quantités d'eau conséquentes, pour l'arrosage des golfs, le remplissage des piscines ou la production de neige artificielle, comme en Savoie où les volumes prélevés pour cet usage sont supérieurs à ceux nécessaires pour la consommation courante de la station. Ainsi en montagne, les volumes prélevés dans les communes à forte intensité touristique sont trois fois supérieurs à la moyenne nationale (265 m³/habitant versus 85 m³/habitant) (EFESE, 2019). Ces prélèvements sont concentrés sur la saison estivale, entraînant des pics qui coïncident avec des périodes de faibles ressources en eau.

Afin d'accueillir des touristes toujours plus nombreux, le secteur du tourisme nécessite de nombreuses structures

(hôtels, bâtiments) et infrastructures (routes, rails), qui requièrent des quantités importantes de matériaux. Se pose dès lors la question de l'origine et du type de matériaux utilisés. Une analyse de cycle de vie peut dès lors être pertinente pour analyser la chaîne de valeur et limiter les impacts sur la biodiversité.

En ce qui concerne les ressources biologiques, Sierra-Huelsz et Kainer (2018) ont mis en évidence que la massification de la demande de certains produits naturels⁽⁷⁾ entraînait une « homogénéisation bioculturelle »⁽⁸⁾ ainsi qu'un épuisement de certaines espèces (telles que la crevette géante tigrée). Du point de vue de la conservation, le tourisme est parfois accusé de conduire à des formes de sélection naturelle, dans la mesure où il promeut essentiellement la conservation d'une mégafaune charismatique, au détriment d'autres espèces vulnérables mais ordinaires (Gren et Huijbens, 2014).



Pollutions diverses

Les pollutions liées au tourisme concernent principalement

l'eutrophisation par le rejet d'eaux usées, particulièrement nocive pour les écosystèmes marins tels que les coraux. Elle engendre des coûts importants pour les collectivités qui doivent en assumer la gestion. L'eutrophisation est principalement due aux déchets ménagers, aux déchets de cuisine, aux rejets sanitaires, aux déchets liés au nettoyage des installations, aux eaux issues du lavage du linge, aux eaux pluviales, ainsi qu'aux produits d'entretien des espaces verts et des parkings. Des solutions peuvent ainsi exister concernant :

- La maîtrise des prélèvements et les économies d'eau (utilisation de dispositifs de limitation de consommation dans les douches ou sur les robinets, sensibilisation

(7) Les auteurs prennent l'exemple du chaume utilisé pour la construction de cabanes (bases de l'architecture du tourisme tropical) qui subissent de nombreuses pressions.

(8) C'est-à-dire qu'une homogénéisation conjointe de la diversité biologique et de la diversité culturelle

COMPRENDRE

TOURISME ET BIODIVERSITÉ : DE NOMBREUSES INTERDÉPENDANCES ET DES AMBITIONS FORTES

→ aux gestes d'économie de l'eau, acceptabilité quant au jaunissement des espaces verts l'été, etc.) ;

- La récupération des eaux de pluie (pour le lavage des sols, l'alimentation des toilettes, l'arrosage des espaces extérieurs) ;
- Le recyclage des eaux usées (notamment via la phytoépuration).

Une autre problématique importante du tourisme est la production de déchets. La production de déchets par habitant est, en moyenne, supérieure de 27% dans les territoires à haute fonction touristique par rapport à la moyenne nationale (CGDD, 2017). Par exemple, sur l'ensemble de la côte méditerranéenne, les quelques 200 millions de touristes qui y séjournent chaque année génèrent une augmentation de 40% des déchets marins (Alessi et

al. 2018). Or, cette pollution a un coût tant écologique qu'économique, lié au nettoyage ou à l'indemnisation des pêcheurs dont les produits deviennent impropres à la consommation. Les professionnels du tourisme sont ainsi les premiers à payer le prix de cette pollution, le coût des échouages d'algues vertes sur le littoral ayant par exemple été évalué entre 70 et 100 millions d'euros en 200 en termes de pertes touristiques (CGDD, 2011).

L'activité touristique est également source de pollutions lumineuses. Entre 1992 et 2012, en France, le nombre de points lumineux en éclairage public a augmenté de 89 %. À l'éclairage public présent sur les voiries, il faut ajouter la pollution et les nuisances lumineuses produites par la multiplication des enseignes et des publicités lumineuses, les éclairages

d'équipements sportifs ou de parcs, les nombreux éclairages événementiels ou de mise en lumière du patrimoine ou de milieux naturels, ainsi que les éclairages des commerces et des industries et les éclairages domestiques. Les impacts de la pollution lumineuse sont pourtant pluriels. La contamination lumineuse des phases d'obscurité naturelle peut désynchroniser les rythmes biologiques et altérer les comportements de migration, de reproduction ou de chasse. La publication de CDC Biodiversité et de l'Association nationale pour la protection du ciel et de l'environnement nocturnes (ANPCEN) (2015) offre ainsi un certain nombre de solutions pour minimiser la pollution lumineuse.

Certaines activités touristiques sont également à l'origine d'une nuisance sonore importante (notamment les activités

Le coût de la pollution aux sargasses pour le tourisme caribéen

Depuis une dizaine d'année, les îles du bassin caribéen connaissent des échouages massifs d'algues sargasses, pour lesquels un lien a été fait avec les rejets agricoles. Le dérangement olfactif et visuel qu'elles engendrent sur les plages des Antilles constitue un frein majeur pour le tourisme et l'attractivité des rivages concernés. Ces « marées brunes » ont ainsi été requalifiées en risque, compte tenu de la vulnérabilité économique associée.

La mission interministérielle dédiée à l'évaluation du phénomène et à la proposition de solutions a estimé le coût annuel du ramassage et de la valorisation des algues à près de 3 millions d'euros en moyenne par an. L'année 2015 a été particulièrement défavorable : les pertes du secteur touristique ont été évaluées à plus de 4 millions d'euros pour le 1^{er} semestre seul. Les scénarios annoncent par ailleurs une recrudescence du phénomène, qui pourrait altérer sur le long terme l'équilibre économique des littoraux affectés. La présence des algues engendre des coûts sur divers postes :

- Coût du ramassage en équipement et main d'œuvre ;
 - Baisse de 40% du chiffre d'affaires pour les professionnels de l'accueil (restauration, hébergement) et les opérateurs touristiques (en 2015) ;
 - Dégradation du matériel et des bateaux de plaisance ;
 - Fermetures temporaires lors des pics d'échouages.
- Sur le long terme, la mission d'évaluation souligne qu'« *au-delà des chiffres et des dommages évaluables, il existe un dommage plus massif et aux effets redoutables sur le long terme : la dégradation de l'image touristique des Antilles françaises* ».

Le nécessaire maintien de l'activité touristique a ainsi servi d'argument à leur déblaiement coûteux. Des solutions de valorisation, notamment agricole, existent toutefois. Étant donné l'impératif économique lié au tourisme, la mission d'évaluation a ainsi émis l'hypothèse d'un mécanisme de financement du nettoyage qui serait abondé par une partie de la taxe de séjour ou de la taxe sur le transport aérien et maritime. Celles-ci s'élèvent respectivement à 4 et 5 millions d'euros pour les Antilles et pourraient alimenter ce fonds de gestion du risque.

Plus généralement, les coûts engendrés par cette pollution soulignent l'importance d'un environnement préservé et d'une gestion en amont des flux, pour le maintien d'une économie touristique pérenne.

motorisées), pouvant entraver le cycle des espèces (chasse, sommeil, etc.). La surfréquentation des sites est également un vecteur important de la pollution sonore.

Enfin, les modes de chauffage utilisés par les structures touristiques (bois, charbon, fuel) et les moyens de transport (notamment l'automobile) participent au rejet de particules polluantes dans l'air.



Émissions de gaz à effet de serre (GES) et changement climatique

Le tourisme contribue également aux émissions de gaz à effet de serre (elles-mêmes responsables du changement climatique). D'après la Plateforme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité et les services écosystémiques (IPBES, 2019), le dérèglement climatique est responsable d'environ 15% de la perte de la biodiversité à l'échelle mondiale, tandis qu'il est établi que le tourisme est responsable d'environ 8% des émissions de GES de la planète (Hall, 2006 ; World Tourism Organization, 2008). Deux tiers de cette contribution est imputable aux déplacements, le transport aérien en représentant 40% (dont les émissions ont par ailleurs augmenté de 83% depuis 1990). Si rien n'est fait, ce volume, correspondant à 781 millions de tonnes de CO₂ en 2015, devrait tripler d'ici 2035 (OCDE, 2018). Mais le tourisme international et le tourisme domestique n'ont pas le même bilan carbone : ainsi, alors que les Français utilisent à 80% la voiture pour leurs voyages, 13% le train, et 1,9% l'avion (quand la destination est la France), 68% des voyageurs internationaux ont recours à l'avion contre 21% pour la voiture et seulement 3% pour le train.



Dissémination d'espèces exotiques envahissantes (EEE)

Le tourisme a également un rôle majeur dans la dissémination d'espèces exotiques envahissantes (EEE), responsables de 11% de la perte de biodiversité dans les écosystèmes terrestres (IPBES, 2019). Cette dissémination peut se faire par deux biais :

- Le transport d'espèces (animales ou végétales) par les visiteurs et touristes ;
- L'apport d'espèces lors des travaux sur les sites touristiques (via les matériaux utilisés).

Dans le monde, la densité des espèces naturalisées est positivement corrélée au nombre de touristes qui visitent un pays (Vilà et Pujadas, 2001). Cette menace a un coût : les EEE auraient coûté au moins 1 288 milliards de dollars US entre 1970 et 2017, et ces coûts sont en croissance constante depuis 1970 (Diagne *et al.*, 2021). Les scientifiques à l'origine de cette étude expliquent que ces coûts sont fortement sous-estimés, ceux-ci ayant dû mettre de côté certaines espèces pour l'analyse des données.

Pourquoi les acteurs du tourisme ont-ils intérêt à s'engager en faveur de la biodiversité ?

L'ambition de développement touristique ne pourra se réaliser si les écosystèmes qui sont à la base de l'attractivité des destinations et de leur fonctionnement opérationnel sont dégradés : il s'agit donc de préserver ces espaces naturels et patrimoniaux non seulement pour leur beauté mais aussi pour leurs fonctionnalités écologiques et les enjeux d'adaptation et

d'atténuation au changement climatique que celles-ci peuvent servir. La dégradation des écosystèmes apparaît comme un facteur potentiel de baisse de l'attractivité touristique (Guinand et Quintrie-Lamothe, 2012). Ces efforts sont présentés comme « *une nécessaire équation gagnant-gagnant qui vise à stimuler notre économie touristique tout en pérennisant notre patrimoine naturel* » (Béreau *et al.*, 2011). La biodiversité et les paysages sont un atout majeur pour le tourisme, devant le support d'images de promotion, de nouveaux produits, ou de messages de sensibilisation. C'est pourquoi le Secrétaire général de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), Taleb Rifai, soutient qu'un « *tourisme géré de manière durable peut aider à conserver et préserver des zones sensibles riches en biodiversité* ».

Il s'agit donc de présenter les différentes raisons pour lesquels la prise en compte de la biodiversité est un enjeu stratégique pour les acteurs du tourisme. Le guide « biodiversité & tourisme » du ministère en charge du tourisme présente déjà un certain nombre d'arguments (et un descriptif en complément) en faveur de la prise en compte de la biodiversité (Béreau *et al.*, 2011) même s'il semble nécessaire de compléter cette liste – la diversité biologique étant à l'origine de

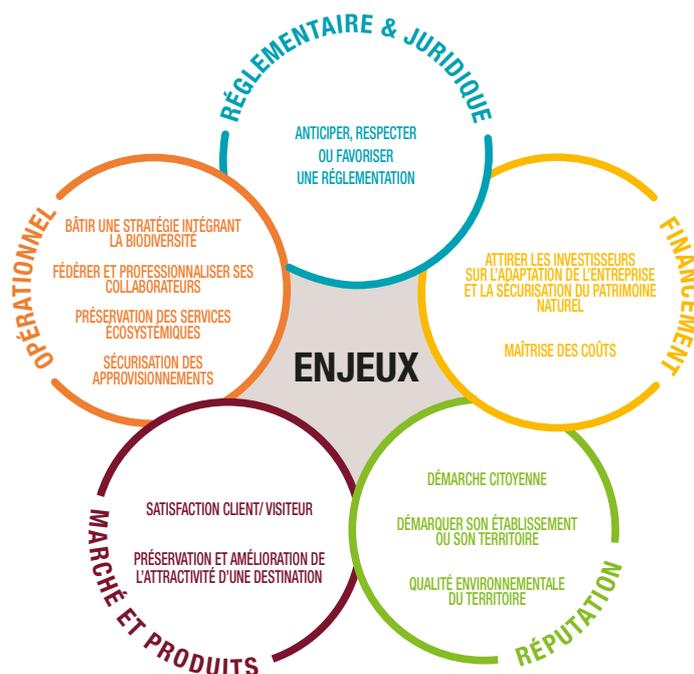


Figure 7 : Opportunités et arguments en faveur de la prise en compte de la biodiversité (source auteurs, à partir de Béreau *et al.*, 2011)

COMPRENDRE

TOURISME ET BIODIVERSITÉ : DE NOMBREUSES INTERDÉPENDANCES ET DES AMBITIONS FORTES

→ nombreux autres bénéfiques – elle offre un argumentaire efficace et opérationnel aux acteurs du tourisme (cf. Figure 7).

Toutefois, il semble nécessaire de compléter cette liste, la diversité biologique étant à l'origine de nombreux autres bénéfiques.

Diversification de l'offre touristique et perspectives d'emploi

En 2017, les dépenses totales de protection en faveur de la biodiversité s'élèvent à 2,2 milliards d'euros. Selon le rapport Delannoy (2016) intitulé « *La biodiversité, une opportunité pour le développement économique et la création d'emplois* », le secteur de la biodiversité a contribué au PIB national pour « *au minimum 5 milliards d'euros et à l'emploi national pour au moins 35 000 travailleurs. Un euro dépensé au titre de la protection de la biodiversité génère en moyenne 2,64 € de production et 1,31 € de valeur ajoutée. Un million d'euros de ces dépenses engendre en moyenne pratiquement 19 emplois* ».

Le rapport Delannoy relatif aux opportunités économiques autour de la biodiversité soulignait en 2016 que dans le cas du tourisme, celle-ci a le potentiel « *de créer de nouvelles activités ou d'en consolider d'autres, émergentes* ». La mission d'accueil du public figurant parmi les objectifs de nombre d'aires protégées, les métiers des gestionnaires des PNR, des parcs nationaux ou encore des Grands Sites croisent de plus en plus des compétences transversales entre gestion de l'environnement, sensibilisation du public et travail de concertation avec les acteurs territoriaux.

Les cas des coraux et des forêts soulignent que la valeur récréative est très souvent la valeur la plus élevée fournie par un écosystème, comparé à d'autres activités extractives ou productives (valeur d'usage). Pour les coraux, le CESE dans une de ses préconisations sur la mise en place et le développement du tourisme durable dans les territoires ultra-marins préconisait que l'Initiative française pour les récifs coralliens (IFRECOR) s'associe au Muséum d'Histoire Naturelle (MNHN) afin de sensibiliser élus et professionnels du tourisme à la

richesse du patrimoine environnemental. Il allait jusqu'à proposer la création d'aires marines éducatives en synergies avec l'ensemble des acteurs du territoire. Le tourisme permet ainsi d'engager les collectivités dans une gouvernance locale de la nature fondée sur la préservation de ces paysages, en offrant des revenus qui finissent par dépasser ceux obtenus par les utilisations traditionnelles des terres (Mulholland et Eagles, 2002).

Investir dans la conservation de la biodiversité permet d'augmenter les possibilités de loisirs (par exemple, l'observation des oiseaux, la photographie de la nature) (Paracchini *et al.*, 2014 ; Sontter *et al.*, 2016). Il peut ainsi être pertinent de les intégrer aux pratiques touristiques en investissant dans ces loisirs fondés sur la préservation de la biodiversité, ce qui peut également être bénéfique pour l'emploi. Le rapport ministériel sur les opportunités économiques de la biodiversité (Delannoy, 2016) conclue d'ailleurs que « *des modèles économiques innovants, comme l'écotourisme, permettent de créer autant, sinon plus de valeur et d'emplois, que les*



© P.JPhoto69

modèles à forte intensité capitalistique dominant actuellement ». D'après l'OCDE (2018), la biodiversité fait partie des trois domaines où les investissements touristiques seraient les plus rentables, avec l'eau et l'énergie. Enfin, la valeur récréative d'un écosystème est parfois bien plus élevée que n'importe quelle valeur d'usage : d'après les évaluations menées par EFESSE, la valeur récréative des forêts métropolitaines serait d'au moins 4 fois supérieure à la valeur du bois extrait (exploité ou consommé).

Pour certaines activités (pêcheurs, agriculteurs, forestiers, etc.), la privation du droit d'usage dans le cadre de la mise en conservation est compensée par les recettes touristiques. Ce basculement de modèle économique pourrait être étudié en Guyane, où la biodiversité amazonienne est extraordinairement riche et où le tourisme pourrait progressivement se substituer aux activités illégales d'orpaillage et de braconnage. La préservation stricte de ces hotspots est indispensable, à l'heure où le braconnage et la chasse entraînent des impacts irréversibles sur le vivant (Besse et Steinfelder, 2017).

Anticipation des risques liés à la dégradation des écosystèmes

Le risque économique d'une dégradation des écosystèmes n'est pas circonscrit aux seules activités de loisirs, mais affectera bien l'ensemble du secteur et tous les emplois de la chaîne de valeur⁽⁹⁾. Étant donné leur dépendance étroite à la biodiversité, les entreprises devraient ainsi s'investir en faveur de la conservation de la biodiversité, afin de développer la durabilité de leurs activités sur les territoires (Habibullah *et al.*, 2016).

On peut donner un ordre de grandeur du préjudice que peut représenter un écosystème dégradé, à l'aune des montants d'indemnisation en jeu lors de catastrophes pétrolières ou naturelles. Ainsi, lors du naufrage de l'Erika en 1999, une mission réalisée par l'Inspection Générale des Finances avait évalué le préjudice touristique des entreprises

éligibles au FIPOL⁽¹⁰⁾ dans une fourchette comprise entre 800 millions et 1,5 milliard de francs (120 à 225 millions d'euros) (CNT, 2010). Or, de telles évaluations ne prennent même pas en compte les effets sur la fréquentation sur plusieurs années, ni la baisse des rentrées fiscales pour l'État et les collectivités.

Atténuation de la vulnérabilité face aux effets du changement climatique

Les destinations touristiques sont particulièrement vulnérables face aux effets du changement climatique :

- Sur les littoraux, les risques d'inondation, de tempêtes, de submersion, d'érosion et de crues pourraient avoir des impacts substantiels sur le tourisme ;
- Les villes (en particulier méridionales) devraient connaître de fortes canicules en été, ce qui justifie d'autant plus l'intégration d'espaces verts en ville qui constituent autant d'îlots de fraîcheur ;
- Pour les montagnes, la diminution de l'enneigement est une problématique de premier rang. Dans les Alpes, un réchauffement de 1°C entraînerait une baisse de 60% du nombre de domaines skiables bénéficiant d'enneigement naturel fiable, d'après l'OCDE (2007).

Le développement du tourisme de nature, fondé sur le vivant

Parmi les différentes formes du tourisme durable, un mouvement connaît un essor et une spécialisation notable : c'est le tourisme de nature. Au sens large, il désigne un tourisme durable centré sur la nature et l'itinérance douce, tandis qu'au sens strict « il s'agit d'un tourisme au service de la conservation » (MAEDI, 2014). Il se décline autour de pratiques d'observation et de découverte, dans un but pédagogique, de réduction des impacts sur l'environnement (protection des zones naturelles) et d'intégration des populations locales (avantages économiques et emplois pour les locaux) (MAEDI, 2015).

La richesse des espèces est un facteur déterminant du tourisme dans les aires protégées (Siikamäki *et al.*, 2015). D'après une étude de Chung *et al.* (2018) « le tourisme est plus fréquent dans les aires protégées qui ont une plus grande biodiversité. En outre, les aires protégées gérées principalement pour la conservation de la biodiversité ont près de 35% de visiteurs en plus que ceux gérés pour un usage mixte. Une gestion rigoureuse de la biodiversité est également associée à une augmentation de la biodiversité ». Il existe une corrélation entre la diversité d'espèces et la fréquentation, puisque « chaque augmentation de 1% du nombre d'espèces est associée à une augmentation du nombre de visiteurs annuels d'environ 0,87% » (Chung *et al.*, 2018). Cette synergie est rendue possible par des cadres de management strict des aires protégées (planification de la gestion, mise en place de zonages, mise en place de quotas, etc.), à même de concilier fréquentation et préservation de la biodiversité (cf. Encart sur l'utilisation des revenus des parcs nationaux pour leur conservation et leur mise en valeur : l'exemple de la Sépaq). Par exemple, l'hôtellerie de plein air est 3 fois plus dynamique à proximité d'un Grand Site de France ou des terrains du Conservatoire du littoral que sur l'ensemble du territoire français (Conservatoire du Littoral, 2015). De plus, pour 1€ investi dans la gestion de l'établissement du Parc national de Port-Cros, les retombées économiques monétaires (liées aux dépenses des visiteurs) sont environ 19 fois supérieures (Landrieu, 2013).

Des bénéfices pour les activités touristiques urbaines ou balnéaires, bien au-delà du tourisme de nature

Selon Atout France, « la nature peut devenir une composante essentielle, voire incontournable, de la « ville à visiter » », à même de rallonger la durée des séjours et de maximiser les retombées économiques. L'écotourisme urbain se développe, considéré comme une « opportunité constante pour la conservation de la diversité biologique et sociale, la création d'emplois et l'amélioration de la qualité de vie » (Urban Ecotourism Conference, 2004). Les espaces naturels sont ainsi les

(9) Par exemple, la dégradation des récifs coralliens sur un territoire aura des impacts bien au-delà du secteur de la plongée, et touchera toute l'économie de manière indirecte : hôtellerie, restaurants, commerces de proximité, etc.

(10) Fonds internationaux d'indemnisation pour les dommages dus à la pollution par les hydrocarbures

→ attractions touristiques les mieux classées par les touristes dans certaines grandes villes, dont Nantes. Aisément accessibles, les espaces de nature urbains ou périurbains constituent un lieu de récréation privilégié pour les citoyens, notamment ceux qui ne partent pas en vacances (EFESE, 2016). Or, des améliorations d'ensemble sont souhaitables, notamment à Paris, où la qualité des espaces publics est pour l'heure jugée « moyennement satisfaisante » par les touristes eux-mêmes, notamment du fait de la difficulté des usages piétons (Direction de la voirie et des déplacements, 2018).

Atout France (2014) souligne l'opportunité que représente l'intégration de la biodiversité au tourisme en milieu urbain, indiquant notamment que ces éléments permettent « de créer un écrin végétal servant à mettre en valeur un patrimoine bâti ». Ils constituent de forts potentiels pour renouveler l'image des villes, les différencier, et favoriser leur attractivité tout comme le bien-être des riverains, améliorant par-là l'acceptabilité du tourisme. C'est cette stratégie que porte le label Villes et villages fleuris, qui intègre la biodiversité à ses critères, notamment au travers de l'interdiction des produits phytosanitaires pour l'entretien des communes candidates. L'objectif est de « garantir une qualité d'accueil aux visiteurs » dans une optique paysagère qui soit à la fois esthétique et désormais cohérente avec les enjeux de préservation de la biodiversité. Des aménagements paysagers de berges, comme à Bordeaux, Nantes ou Lyon, se sont inscrits dans cet objectif, tout comme des itinéraires de visite en plein air, à l'image de la « Coulée verte » à Paris. Ils offrent alors des modes et itinéraires de découverte alternatifs, alliant architecture et trames vertes.

Concernant le tourisme balnéaire, il est également primordial de privilégier les investissements « verts », ceux-ci pouvant être rapidement rentabilisés et permettant des gains de compétitivité importants. Au contraire, les infrastructures grises engendrent des coûts de plus en plus

importants au fur et à mesure, notamment liés à leur dégradation et à leur entretien (CDC Biodiversité, 2019).

Une opportunité pour développer une stratégie en lien avec les Objectifs du développement durable (ODD)

Le tourisme durable est une des cibles identifiées au sein de l'ODD 8 « Travail décent et croissance économique » : « 8.9 : D'ici à 2030, élaborer et mettre en œuvre des politiques visant à développer un tourisme durable qui crée des emplois et mette en valeur la culture et les produits locaux ».

La biodiversité, étant donné sa dimension transversale, répond grandement à la mise en œuvre des ODD. La CDB (s.d.) a ainsi étudié les liens entre la biodiversité et la réalisation des ODD. Concernant la cible 8.9, celle-ci est ainsi en lien avec plusieurs Objectifs d'Aichi pour la biodiversité :

- Valeurs de la biodiversité intégrées (n°2) ;
- Modes de production et de consommation durables (n°4) ;
- Services écosystémiques (n°14).

L'ensemble des acteurs (entreprises, collectivités, associations, chercheurs, etc.) sont ainsi pleinement intégrés dans la mise en œuvre des ODD. La déclinaison territoriale de ces ODD doit dès lors être pleinement appréhendée et se fonder sur la préservation de la biodiversité, en mesure de répondre à plusieurs ODD de manière transversale. La CDB (s.d.) précise ainsi que « la biodiversité contribue à offrir des services écosystémiques qui sont essentiels aux activités économiques. Les écosystèmes marins et terrestres soutiennent de nombreux secteurs économiques nationaux et mondiaux fournissant des emplois comme l'agriculture, la sylviculture, les pêcheries, l'énergie, le tourisme, le transport et le commerce [...] ».

Concernant plus particulièrement l'ODD 8, « les attractions touristiques les plus importantes sont étroitement liées à la biodiversité et aux paysages

naturels tels que les aires protégées, les montagnes et les plages, les espèces sauvages et les cultures autochtones, ainsi que l'écotourisme et l'agrotourisme. L'écotourisme est l'un des secteurs affichant la croissance la plus rapide à pouvoir jouer un rôle clé dans le développement des pays les moins avancés et des petits États insulaires en développement » (CDB, s.d.).

Le nécessaire changement de modèle du secteur touristique en faveur de la durabilité et de la biodiversité

Des changements sociétaux forts qui restructurent la demande touristique

À l'échelle internationale, un phénomène similaire s'affirme : « Selon les résultats d'une étude conduite en 2015, 66% des consommateurs mondiaux seraient disposés à payer plus cher des marques écologiquement responsables, contre 55% en 2014 » (OCDE, 2018). En 2016, la Direction générale des entreprises (DGE) confirmait que « les tendances actuelles sont à la recherche de davantage d'authenticité, de respect de l'environnement, de développement local, constituant un des fondements actuels de l'innovation dans le secteur ».

Le tourisme connaît un renouvellement perpétuel de la demande, qui intègre de plus en plus des critères de durabilité, ce qui doit convaincre les professionnels d'orienter à leur tour leur offre. Dans des analyses périodiques, l'OCDE identifie des « mégatendances » susceptibles de le transformer en profondeur, parmi lesquelles les préoccupations environnementales jouent un rôle de premier plan.



© Samuel Borges Photography de Shutterstock

Le tourisme est à la fois le témoin et le moteur d'une sensibilité croissante à l'environnement. Bien avant l'épidémie de Covid-19 et le bouleversement de la saison touristique qu'elle a occasionné, les pratiques et aspirations relatives au tourisme conféraient à la durabilité un rôle prometteur. Avec davantage de recul que cette dernière saison singulière, un certain nombre de paramètres socio-économiques expliquent cet engouement (urbanisation croissante de la population française, population de plus en plus attentive à son empreinte environnementale, prise de conscience des bienfaits de la nature sur notre santé, médiatisation des loisirs, etc.).

Ces évolutions dans la demande traduisent un besoin de nature qui se révèle être un atout pour intégrer la biodiversité aux pratiques touristiques. Depuis le début des années 2000, ce sont précisément les communes situées dans des environnements naturels qui ont renforcé leur taux de densité touristique (nombre de lits au km²), celui-ci a progressé de 19%, contre 7% pour la moyenne nationale (CGDD, 2017). 16% des Français

affirment que l'empreinte écologique de leur voyage joue un rôle clé dans le choix de la destination (Baumlin et Duhautois, 2019). Un tournant qualitatif est en train d'émerger, répondant à ces attentes et offrant la perspective de nouveaux marchés dynamiques. La sensibilité et la vulnérabilité de l'environnement vis-à-vis de la présence des touristes et de leurs pratiques sont de mieux en mieux appréhendées par les élus des destinations, les professionnels, ou les touristes eux-mêmes.

Cette prise de conscience permet d'ores et déjà l'évolution de certaines activités, considérées jusqu'alors comme dommageables, grâce à l'engagement de leurs adeptes. C'est le cas de la plongée subaquatique, qui après quelques décennies de pratiques non régulées (prélèvements, sorties dans des aires marines protégées, etc.), encourage désormais ses pratiquants à assurer une fonction de veille, de sensibilisation, et de contrôle de l'environnement, dans la logique des sciences participatives (AFB, 2017). La Charte internationale du plongeur responsable a également été créée.

Grâce aux plateformes de réservation de particulier à particulier (dites « plateformes de l'économie collaborative ») ainsi qu'aux comparateurs en ligne, les voyageurs jouissent d'une autonomie croissante dans le choix de leurs activités et du format de leur séjour, les rendant également plus exigeants. Ces plateformes sont susceptibles d'ouvrir de nouveaux marchés en lien avec le désir de nature, une opportunité si la fréquentation et les aménagements sont régulés.

L'aspiration des vacanciers à un tourisme durable est croissante et s'inscrit plus largement dans un souhait d'une consommation et d'un mode de vie plus responsables (Baumlin et Duhautois, 2019). Mais celle-ci peine parfois à se concrétiser au moment de l'acte d'achat, le critère de prix étant le plus important pour les ménages. En réalité, c'est surtout lorsque le bénéfice écologique se traduit également par un bénéfice d'usage que le consentement à payer des clients augmente pour une même prestation (Assemblée nationale, 2020).

↳ **Repenser le tourisme post-Covid : proximité, sobriété, biodiversité ?**

Dans un contexte sanitaire qui a compliqué un temps le tourisme international, quels arguments mobiliser pour que le tourisme domestique et la durabilité de certaines pratique s'installe de manière pérenne ?

Bien que les choix de destination en 2020 aient été réalisés sous la contrainte au vu de la crise sanitaire, on peut imaginer que l'épidémie de Covid-19 ait encouragé la (re) découverte du patrimoine naturel et culturel pour de nombreux français, orientant leur choix vers des destinations locales pour les années futures.

Questionnant le « besoin » de partir loin, elle a réaffirmé les principes du « *slow tourism* » (un tourisme de la proximité, de l'observation et du respect de l'environnement). Les mobilités douces, dont la marche et le vélo, pourraient être les modes de déplacement du tourisme

de demain, et leur utilisation a déjà connu une augmentation significative en 2020 (Gössling *et al.*, 2020). Néanmoins, adaptation et vigilance seront nécessaires : bien que ces mobilités permettent de déconcentrer les flux, la capacité des touristes à se déplacer plus facilement et non plus seulement sur des espaces localisés accessibles en véhicules motorisés leur donne la liberté de s'aventurer dans des endroits plus sensibles et de perturber la biodiversité ou le bon état des milieux.

Dès 2010, le Conseil national du tourisme soulignait que « *la préoccupation de proximité devient forte* », pour des raisons budgétaires, pratiques ou environnementales. L'information croissante autour des bilans carbone conduit à l'émergence de sentiments tels que le « *Flygskam* » (« *la honte de prendre l'avion* » en français), très médiatisés. À l'échelle régionale, en alternative à l'avion, un transfert modal vers le rail se produit d'ores et déjà, pour les liaisons Paris/

Londres par exemple (OCDE, 2017). Dans une de ses dernières notes, le Conseil d'Analyse Économique (CAE) affirmait qu'il « *est fort probable que le coût de ces externalités justifie des contrôles plus drastiques aux frontières* » et recommandait un renforcement des contrôles (CAE, 2020).

Après le premier confinement, la nature a été mise à l'honneur lors de la saison estivale 2020. En parallèle, la saison a été difficile pour les villes, à l'image de la capitale et de ses 60% de touristes en moins. Mais le seul coup d'arrêt du tourisme international n'explique pas de telles baisses de fréquentation : il est possible que les villes soient de moins en moins en phase avec les besoins des touristes. Face aux enjeux de densité et de changement climatique, les villes ont beaucoup à gagner dans le développement d'espaces verts urbains et périurbains, à destination des voyageurs internationaux comme de leurs résidents.



© PNR des Pyrénées Ariégeoises

Un tourisme durable pour concilier développement économique équilibré, préservation des milieux et accueil du public. L'exemple des Parcs naturels régionaux

Stéphane Adam, Responsable Développement économique, social et tourisme, Fédération des Parcs Naturels Régionaux (FPRNF)

Les Parcs naturels régionaux (PNR) ont été créés pour favoriser le développement économique et social sur leur territoire en s'appuyant sur la richesse de leurs patrimoines naturel, culturel et paysager préservés. Les 56 PNR du territoire français maillent homogènement le territoire national, garantissant au plus grand nombre l'accès à un patrimoine naturel et culturel qui constitue le socle de leur attractivité. Le choix du tourisme durable a très tôt été fait pour répondre à la mission d'accueil et d'éducation du public des PNR : ils sont ainsi des lieux de récréation largement privilégiés avec notamment 2 millions de lits.

Les PNR sont ainsi amenés à définir et mettre en œuvre des stratégies dans le cadre du tourisme durable, à différents niveaux :

- Aménagement et gestion de la fréquentation, dans une conscience collective du respect de la capacité de charge de chaque territoire ;
- Accompagnement en ingénierie technique et financière des professionnels pour les aider à structurer leur offre, notamment en mobilisant des fonds « tourisme durable » du plan de relance porté par l'ADEME ;
- Partenariats avec des opérateurs touristiques pour la promotion et la commercialisation de l'offre ;
- Communication, sensibilisation et éducation des différents publics (par exemple par le biais des prestataires partenaires, d'ambassadeurs sportifs qui relaient les messages clés auprès des pratiquants de sports de nature) ;
- Structuration et promotion d'une offre inter-parcs, pour étendre le rayonnement des PNR.

Les PNR ont connu une accélération de la hausse de leur fréquentation depuis la crise de la Covid-19, traduisant un fort besoin de nature et le souhait d'un tourisme axé sur la découverte, la proximité et l'authenticité. Si cet engouement est une chance pour le dynamisme économique des Parcs et de leurs acteurs mais aussi pour les potentiels de sensibilisation du public, il soulève de nombreux défis. Ces nouveaux visiteurs n'ont pas toujours les codes du tourisme au sein des espaces naturels (générant des impacts négatifs sur les milieux et des dangers liés à la banalisation de pratiques). Les Parcs ont été amenés à conduire des efforts supplémentaires en matière de :

- Communication/sensibilisation (augmentation du nombre d'écogardes)
- Observation/comptage des flux (participation à la mise en place d'outils (ex : Outdoor vision)
- Recours aux outils réglementaires et juridiques (création de Réserves, partenariat avec la police)
- Aménagements adaptés (notamment en matière de randonnées et d'activités nautiques).

Plus largement, le renouvellement de la demande et des aspirations des touristes remet en question le positionnement des professionnels et au-delà, le modèle même du tourisme qui intègre des publics de proximité et s'élargit même à des motivations qui dépassent le simple séjour touristique *stricto sensu*. Les PNR se sont saisis de ces enjeux au travers du projet « Destination Parcs », qui permet à la Fédération de se doter, dans le cadre d'une association avec un opérateur privé, d'un outil de promotion d'une offre touristique spécifique aux Parcs, traduisant leur vraie nature. La biodiversité intégrant l'Homme dans sa relation renouvelée avec la nature, joue un rôle prometteur dans ce changement de modèle, incarnant à la fois un tourisme de découverte et de reconnexion avec la nature et la réponse à la volonté de vivre des expériences grâce à la rencontre avec des acteurs du changement dans un monde en transition.

La mise en œuvre de ce type de stratégie d'écotourisme et de slowtourisme au sein des Parcs contribue également à mieux organiser et orienter les flux, limitant d'autant les impacts négatifs sur le terrain.

COMPRENDRE

TOURISME ET BIODIVERSITÉ : DE NOMBREUSES INTERDÉPENDANCES ET DES AMBITIONS FORTES

Les différentes restrictions de mobilité ont permis d'observer de manière inédite les hauts lieux du tourisme vidés de leurs touristes. Ce choc a à la fois rendu visible leur rôle vital pour l'économie, mais aussi les effets de saturation et de pollution liés à cette sur-fréquentation. Le refus de « l'over-tourisme » (*un tourisme de masse non régulé et inadapté à la sensibilité des sites et des populations hôtes*) prend corps depuis plusieurs années, comme à Venise. Ce désir d'un autre tourisme remet en cause davantage la régulation du flux plutôt que son existence ou son

volume, proposant des solutions comme la déconcentration saisonnière. Ce sont les destinations elles-mêmes qui doivent adopter des mesures de régulation. La crainte que les touristes soient vecteurs de maladies pourrait accentuer ce refus d'un tourisme non régulé.

La pandémie nous a malheureusement familiarisés avec les principes de régulation, de jauges d'accès, et on peut espérer que la régulation des flux touristiques sera possible, et *acceptée*, d'autant plus si cela est présenté dans un but écologique.

Il serait souhaitable que cette crise agisse comme un effet « cliquet », qui empêche le retour au « tourisme d'avant ». Le foisonnement d'appels médiatiques à « *repartir, mais pas comme avant* » (Christin, 2020) de la part des élus, des professionnels, des citoyens favoriserait ce changement de modèle. L'OCDE, dans ses analyses périodiques, souligne que « *ces mégatendances prennent forme lentement, mais une fois enracinées, elles exercent une influence profonde et durable sur les activités* » (OCDE, 2018). Elles se déploient à très grande échelle et

La Commission Tourisme Durable du Comité de Filière du Tourisme

Nicolas Dayot, Président de la Commission Tourisme Durable

Le Comité de Filière Tourisme (CFT) s'est réuni la première fois le 16 janvier 2020, sous la présidence de Jean-Baptiste Lemoyne, secrétaire d'État chargé du Tourisme auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères.

Son objectif est de co-construire, en concertation avec les acteurs français du tourisme, la politique touristique du pays, à travers la signature d'un contrat de filière qui se veut opérationnel. Le CFT regroupe ainsi un panel exhaustif de professionnels du tourisme : collectivités, entreprises, fédérations et organisations syndicales, associations professionnelles, institutions. La mise en place d'une gouvernance inclusive et d'une dynamique collective est au cœur des ambitions du CFT.

Quatre commissions ont ainsi été créées pour aboutir à des propositions d'actions à intégrer au contrat de filière : emploi/formation, numérisation, réglementation/compétitivité, et développement durable.

L'objectif de la commission Tourisme Durable est de dynamiser la transition écologique du secteur, en engageant des mesures autour de neuf grands axes (parmi lesquels l'adaptation des territoires au changement climatique, la préservation des paysages, la préservation de la biodiversité, etc.). Une attention particulière est portée au fait d'accompagner massivement l'ensemble des acteurs du tourisme sur ces sujets, et non seulement les acteurs de l'écotourisme. Cet effet d'entraînement devra passer par :

- La sensibilisation des acteurs aux enjeux de la préservation de la biodiversité (aujourd'hui peu appropriée par les professionnels) ;

- La valorisation des initiatives vertueuses (qui sont encore l'apanage d'une minorité d'acteurs) ;
- L'adaptation des mesures aux entreprises de petite taille, qui représentent la large majorité des entreprises du secteur du tourisme ;
- La mesure d'empreinte biodiversité de chaque filière du secteur (hébergement, restauration, etc.) pour adapter les actions à mettre en place en aval.
- Le plan d'action de la commission Tourisme Durable rassemble ainsi de nombreuses propositions en lien avec la préservation de la biodiversité :
- L'intégration d'un volet « tourisme » dans la troisième Stratégie nationale pour la biodiversité (SNB) ;
- La valorisation des acteurs et bonnes pratiques à travers le dispositif « Engagé pour la Nature » de l'Office français de la biodiversité (OFB) ;
- La reconduite annuelle de la campagne de sensibilisation de l'OFB « Cet été la nature nous accueille, ne gâchons pas nos retrouvailles avec elle » (cf. Campagne de sensibilisation 2020 de l'OFB, p. 46) ;
- La création d'une charte d'engagement des acteurs du tourisme.

Dans le contexte des changements sociétaux liés aux enjeux environnementaux et de la crise sanitaire ayant eu des impacts substantiels sur les acteurs du tourisme, le contrat de filière doit être l'occasion d'engager les acteurs vers des pratiques plus vertueuses. Il s'agit d'intégrer pleinement la préservation de la biodiversité aux activités professionnelles, en la considérant non plus comme une contrainte mais plutôt comme une opportunité.

s'inscrivent dans la durée, c'est pourquoi leur prise en compte dans la planification d'un tourisme durable est essentielle. Le dernier rapport parlementaire consacré au tourisme durable conclut quant à lui que « l'ampleur de cette crise sur le tourisme rend aujourd'hui particulièrement nécessaire de réorienter le secteur de manière profonde, pour assurer sa survie. Il s'agit de saisir l'opportunité qu'elle peut constituer pour construire le tourisme de demain, adapté aux attentes des consommateurs et aux contraintes économiques et environnementales à venir » (Assemblée nationale, 2020).

Le plan de relance au service d'une ambition forte pour le tourisme durable

Le tourisme, secteur éminemment transversal, est régi actuellement par plusieurs structures :

- Un Secrétariat d'État sous l'égide du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères (MEAE) ;
- Une agence de promotion et d'investissement, Atout France ;
- Les collectivités territoriales qui se partagent la compétence « tourisme », avec toutefois une réaffirmation du rôle des régions dans la loi NOTRe.

Dans l'optique d'une transformation globale du secteur en faveur de plus de durabilité, une commission « tourisme durable » a été créée en janvier 2020 au sein du Comité de filière tourisme (CFT). Cet organe est chargé d'établir une feuille de route pour refonder la stratégie de la France en la matière face à l'intensification de cette activité économique et de ses dégâts tant sociaux qu'environnementaux. En effet, les appels en faveur d'un changement de modèle touristique se multiplient, à l'image du dernier rapport parlementaire en date sur le sujet, qui déclarait que « l'avenir de la France

« passe par le tourisme durable : notre offre touristique sera durable ou ne sera pas » (Assemblée Nationale, 2020).

S'appuyer sur le plan de relance national et le Plan Relance Tourisme de Bpifrance et de la Banque des Territoires

Le secteur du tourisme ayant été parmi les plus touchés par la pandémie, il fait l'objet de vastes plans de prêts (10% du prêt garanti par l'État) mais aussi d'investissements, destinés à financer sa transition durable et numérique. Le 6^e Conseil interministériel du tourisme (CIT) a réaffirmé que « l'innovation et le développement durable doivent être au cœur de la reprise touristique ». Parmi les 18 milliards d'euros que représentent cet effort pour les finances publiques, un plan d'investissements en fonds propres de 1,3 milliard d'euros est ainsi porté par la Caisse des dépôts et par Bpifrance, dans le but de financer la modernisation, l'extension et la mise aux normes des activités. Sur ces 1,3 milliard d'euros, 800 millions d'euros sont mobilisés en tant qu'investissements

en fonds propres, afin d'aider à la refonte de l'offre du secteur et permettre sa résilience. Les 500 millions d'euros restants permettent d'accompagner le repositionnement de l'offre touristique.

Au cœur de cette relance, l'enjeu environnemental est désormais une priorité, qui se traduira par l'accompagnement du tourisme durable et du tourisme de proximité. 21 millions d'euros de crédit d'ingénierie seront ainsi dédiés à la définition de stratégies de destinations durables, en lien avec le dispositif France Tourisme ingénierie. L'ADEME assurera quant à elle la gestion des 50 millions d'euros de l'enveloppe dédiée au tourisme durable.

Le portail Plan Relance Tourisme a permis de réunir l'ensemble des dispositifs de soutien gouvernementaux et locaux auxquels pouvaient être éligibles les acteurs du tourisme dans le cadre du plan de relance.

En parallèle, le contrat de filière que prépare le Comité de filière tourisme (CFT) a pour ambition d'assurer une réponse de plus long terme aux nouveaux enjeux de compétitivité, d'emploi, de formation

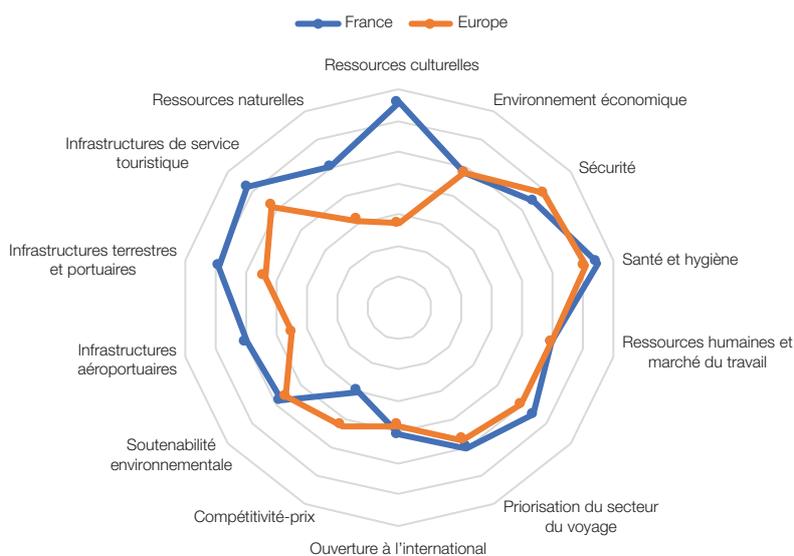


Figure 8 : Comparaison de l'Indice de compétitivité touristique entre la France et la moyenne européenne (adapté de DGE, 2016)

Alentour⁽¹⁾, l'application numérique du tourisme durable de demain ?

La dénomination en elle-même est porteuse d'une promesse qui reflète les ambitions portées par l'application lancée par la Banque des Territoires et ses partenaires technologiques Amadeus et Dawex. Ces partenaires technologiques ont permis d'œuvrer en faveur d'un projet permettant de rapprocher les voyageurs de l'ensemble des professionnels du tourisme. Si l'objectif tient en peu de mot : digitaliser le plus large catalogue possible d'activités de loisirs dans tous les territoires français, les enjeux, eux, sont majeurs.

Pour réunir et enrichir l'expérience des voyageurs il s'agissait en effet de comprendre les logiques inhérentes au tourisme de proximité et d'en offrir une vision pertinente. Le fait touristique ne peut en effet se comprendre dans une dimension durable et appréciable pour le voyageur à la condition de rapprocher l'organisation d'un séjour de la diversité des patrimoines du territoire où il est effectué.

Cette plateforme numérique vient répondre aux grands axes du Plan Reconquête et Transformation du Tourisme lancé en juin dernier par le Président de la République : non seulement elle apporte des réponses innovantes pour la digitalisation du secteur dans la droite ligne du volet consacré à « l'accélération de la numérisation du secteur », mais elle permet aussi de répondre au volet concernant la « valorisation du patrimoine vert, naturel et culturel ».

La plateforme vient démontrer qu'un écosystème touristique viable repose avant tout sur la visibilité et la lisibilité des potentiels d'activités offerts aux voyageurs. De ce fait, les outils de géolocalisation, les listes complètes d'activités réservables depuis un smartphone, le développement de cette solution en lien avec les réseaux d'hébergement et d'institutionnel viennent renforcer l'accessibilité et l'agilité de l'offre.

C'est cette articulation entre vision globale (permise par la plateforme digitale) et présence locale qui permettra de répondre aux attentes des voyageurs. Elle répond également et a fortiori aux attentes des habitants d'un territoire souhaitant s'orienter vers des activités de tourisme en accord avec des valeurs plus responsables (tourisme vert, nearcation ou staycation etc.) mais n'ayant pas nécessairement d'outils clé-en-main pour s'y adonner.

En lançant la Plateforme et la société Alentour, la Banque des territoires soutient le développement du secteur et réaffirme la force du maillage territorial. Le déploiement progressif de la plateforme s'accompagne aussi d'une réflexion sur l'intensification des flux dans le phénomène touristique. La diversification qu'elle permet prend en compte cette problématique en multipliant les possibles ; elle accompagne aussi le potentiel de valorisation des patrimoines naturels et la sensibilisation à la préservation de la biodiversité qui est intimement liée à l'attractivité des lieux.

(1) Alentour, plateforme de loisirs de proximité : alentour.fr



© Coerie Ferreira de Shutterstock

et de transition durable. Il devra aller plus loin que la loi du 22 juillet 2009⁽¹¹⁾ relative au développement et à la modernisation des services touristiques, qui n'intégrait pas de critères environnementaux. Dans cet objectif, un des défis sera de créer un mouvement d'ensemble qui rassemble les plusieurs milliers de TPE et de PME qui constituent le tissu de la filière. Avec près de 90% des entreprises touristiques appartenant au secteur des hôtels, cafés et restaurants (CNT, 2010), ce sont leurs efforts qui seront les plus significatifs en faveur du développement durable.

Si de nombreux professionnels se sont déjà engagés dans la voie de la durabilité, la biodiversité peine à être intégrée au même niveau que la rénovation énergétique par exemple. L'offre durable souffre de son manque de structure et de lisibilité, tandis que les solutions de financement pour les professionnels sont parfois mal identifiées. Certains rappellent que « *pour la filière, l'heure n'est, aujourd'hui, pas à l'investissement mais d'abord à la reconstruction* » (Assemblée nationale, 2020). Il est dès lors primordial de rappeler que la préservation et la restauration de la biodiversité peut être à l'origine de bénéfices importants pour les acteurs du tourisme (Cf. Partie 1.2.3).

Le tourisme durable au cœur de la stratégie de rayonnement de la destination France

La France se situe en dessous de la moyenne européenne en termes de compétitivité-prix de son offre touristique, et d'innovation (Figure 8) (DGE, 2016). Pour l'heure, un des objectifs est d'attirer une part croissante de touristes internationaux demeurant plus longtemps lors de leurs séjours afin de générer davantage de recettes économiques⁽¹²⁾. L'objectif est également de se reposer sur des gages de

qualité, comme la marque nationale Qualité Tourisme (qui certifie les efforts de durabilité entrepris dans le tourisme rural, balnéaire, ou culturel).

L'écotourisme figure parmi les cinq pôles d'excellence touristique identifiés par le MEAE⁽¹³⁾. Ce tourisme porte de nombreux potentiels pour allier compétitivité, rayonnement international, et protection de la biodiversité, dans la mesure où le caractère remarquable du patrimoine naturel est d'autant plus décisif. Les touristes internationaux sont en effet encore plus sensibles à la présence d'aires protégées que les résidents. C'est aussi chez cette clientèle internationale que le consentement à payer pour la protection de la biodiversité « visitée » est le plus élevé, et ce dernier croît proportionnellement avec la qualité de l'environnement (Loureiro *et al.*, 2012).

Si la France dispose d'atouts majeurs pour devenir leader sur le plan du tourisme durable en raison de sa grande diversité de territoires et de paysages (Assemblée Nationale, 2020), son positionnement comme destination durable est encore fragile. Selon le ministère des Affaires étrangères, « *il est nécessaire de faire en sorte que notre pays soit clairement identifié comme une destination phare de l'écotourisme par les clientèles des pays émergents dans lesquels cette tendance de consommation touristique est en croissance* » (MAEDI, 2015).

Le tourisme à vélo, qui représentait un chiffre d'affaires de 1,9 milliard d'euros et 9 millions de séjours touristiques en 2012, est l'une des filières les plus dynamiques du marché touristique français. Le ministère évoque « *un produit à forte rentabilité et à faible impact environnemental* » en accord avec les objectifs de déconcentration temporelle et spatiale. Du point de vue de l'hébergement, le positionnement français est également avantageux, le pays étant notamment celui d'Europe comptant le plus de structures porteuses

de l'écolabel européen. Par ailleurs, la France se classait en 2016 au second rang des pays possédant le plus de sites labellisés « Pavillon Bleu », une garantie de sensibilisation environnementale dans les ports et plages de plaisance.

Pour améliorer cette stratégie liée au tourisme durable, divers axes d'action sont possibles :

- Structurer l'offre écotouristique et renforcer sa visibilité ;
- Clarifier l'offre de labels et de certifications ;
- Intégrer des normes environnementales dans les labels génériques comme la marque Qualité Tourisme, ou les classements hôteliers ;
- Développer l'offre d'hébergements et de services à proximité des espaces naturels.

Il serait également pertinent de privilégier des séjours internationaux plus longs, avec à la clé des bénéfices écologiques et économiques. Plus un touriste séjourne dans un lieu donné, plus il peut être sensibilisé à sa conservation. Pour ce faire, il est souhaitable de rediriger les flux internationaux des villes vers des espaces naturels peu fréquentés, car il a été démontré que la durée moyenne des séjours dans ce type d'espaces était plus élevée que celle des séjours génériques (Atout France, 2014b). Le maintien de la biodiversité biologique et de la qualité d'un paysage sont des indicateurs qui peuvent influencer la durée d'un séjour et avoir un impact positif sur la valeur d'usage (Guingaud et Quintrie-Lamothe, 2012). En France, comme dans le reste de l'Union européenne, les caractéristiques naturelles constituent le premier critère incitant les touristes à retourner en vacances au même endroit (pour 45% des sondés), d'après l'Eurobaromètre sur les préférences des Européens en matière de tourisme réalisé en 2016 (Commission européenne, 2016).

Ces enjeux d'attractivité sont extrêmement marqués pour les destinations ultramarines, qui pâtissent de leur éloignement, d'autant plus dans un contexte de prise

(11) JORF n° 0169 du 24 juillet 2009

(12) Également avantageux pour les touristes, un voyage plus long coûtant moins cher que plusieurs séjours plus courts, notamment en raison des coûts de déplacement.

(13) Avec l'œnotourisme, le tourisme de savoir-faire, le tourisme nocturne et le tourisme de montagne en été.

L'association ATD – Acteurs du Tourisme Durable au cœur de la transition de la filière tourisme

Guillaume Cromer, Président d'ATD

L'association ATD - Acteurs du Tourisme Durable anime un réseau professionnel de plus de 160 membres autour des enjeux du tourisme durable. Son objectif est de faire évoluer l'ensemble du secteur vers des pratiques plus responsables, à travers diverses missions :

- Fédérer l'ensemble des acteurs et favoriser les synergies entre eux ;
- Informer les acteurs sur les bonnes pratiques et les outils en matière de tourisme durable, ainsi que l'évolution de la réglementation ;
- Valoriser les acteurs engagés et leurs initiatives ;
- Former les acteurs aux enjeux du développement durable ;
- Représenter les acteurs du tourisme durable (auprès des instances professionnelles, institutionnelles, des médias) et avoir un rôle de plaidoyer.

ATD prône une vision stratégique et transversale du tourisme durable : l'objectif est d'arrêter de le considérer comme une forme de tourisme, mais plutôt de l'intégrer dans l'ensemble de la filière. La préservation de la biodiversité doit également avoir une place centrale dans cette dynamique. Pour cela, l'évolution des indicateurs de performance du tourisme est également primordiale : si des indicateurs économiques sont aujourd'hui privilégiés (tel que le nombre de touristes internationaux), l'utilisation d'indicateurs de performance sociaux et environnementaux, dans une logique de triple capital, est essentielle.

La France, en tant que première destination touristique mondiale, possède une véritable influence au niveau international et donc les clés pour devenir une référence sur le sujet du tourisme durable. Pourtant, il n'existe aujourd'hui aucune stratégie nationale précise à ce sujet et la France est en retrait sur le plan international. Par exemple, elle est absente du Global Sustainable Tourism Council (GSTC), l'organisme qui a pour mission de définir les critères généraux de durabilité applicables au tourisme dans le monde entier.

À l'heure où la durabilité du tourisme est une question de plus en plus soulevée, il devient crucial pour la France de se positionner comme un acteur fondamental du sujet.

↳ de conscience des externalités négatives de l'avion. Leur positionnement comme destination d'écotourisme s'avère stratégique, dans la mesure où le poids du secteur touristique équivaut à celui de l'agriculture, et que les destinations d'Outre-Mer présentent une biodiversité remarquable inestimable. À eux seuls, les récifs coralliens attirent 1 million de visiteurs par an, contribuant au maintien de près de 40 000 emplois directs et indirects (EFESE, 2016). D'après Chevassus-au-Louis *et al.* (2009), c'est avec le tourisme que les coraux revêtent la valeur d'usage la plus élevée. Même si des dynamiques de protection forte ont ouvert cette voie, des

efforts de planification et d'investissements pour des infrastructures propres demeurent nécessaires (Cf. La biodiversité : un atout de taille pour les Outre-Mer, p. 57).

Un paradoxe important est ainsi soulevé : plus la diversité biologique d'une destination est attrayante, plus celle-ci fera l'objet d'une fréquentation par les touristes, mettant en danger cette même biodiversité. Dans des cas plus extrêmes, la conscience de la disparition imminente d'éléments remarquables d'un territoire (icebergs, récifs coralliens) en elle-même est à l'origine de l'envie du touriste de se rendre sur le lieu avant qu'il ne disparaisse,

contribuant encore davantage à sa dégradation : on parle dans ce cas du tourisme de la dernière chance.

Ce paradoxe souligne le risque de compromettre directement la capacité à réaliser cette ambition touristique. Il est dès lors primordial de mettre en place des solutions pour concilier préservation de la biodiversité et fréquentation touristique. C'est pourquoi il est nécessaire de développer de nouveaux modèles émergents pour faire du secteur du tourisme un levier de la préservation des mêmes écosystèmes sur lesquels son succès est fondé, directement ou pas. ■

INVENTER

DES SOLUTIONS À METTRE EN ŒUVRE POUR LE DÉVELOPPEMENT D'UNE OFFRE TOURISTIQUE EN SYNERGIE AVEC LA PRÉSERVATION DE LA BIODIVERSITÉ

La biodiversité est une clé tant pour diversifier les destinations et améliorer l'attractivité de territoires encore peu plébiscités par les voyageurs, que pour améliorer la qualité de l'offre au sein de territoires soumis à une forte pression démographique lors des pics de fréquentation. Le secteur dispose de nombreux leviers pour s'engager dans cette voie et les touristes représentent une force majeure, aux niveaux économique et social. Celui-ci aura alors un double objectif : pérenniser les capitaux naturels tout en stimulant la relance touristique.

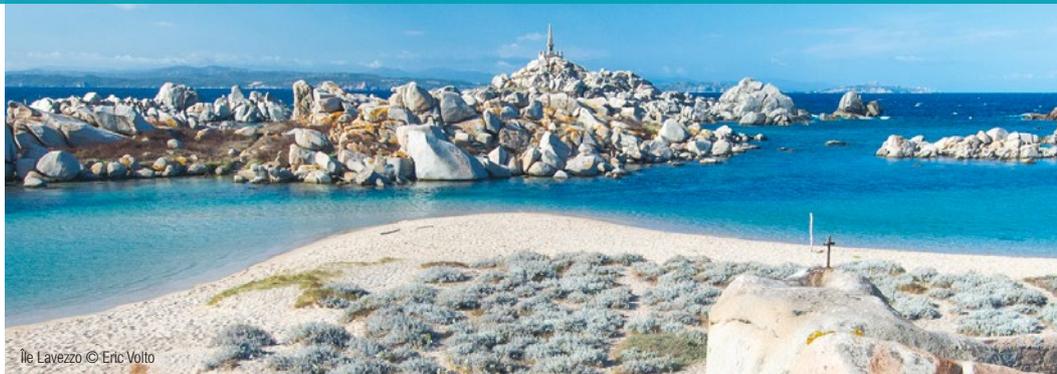
Faire du tourisme un levier de préservation et de restauration de la biodiversité : de l'action réglementaire à l'action volontaire

À l'heure actuelle, les flux économiques engendrés par les dépenses des touristes étant peu redirigés vers la préservation de l'environnement, les impacts de leurs séjours sont essentiellement négatifs. Des mécanismes financiers, réglementaires et volontaires pourraient servir à réorienter les recettes générées vers la préservation et la valorisation des sites, dans une boucle de rétroaction vertueuse.

L'action réglementaire

Le rôle de la fiscalité

Des mécanismes fiscaux budgétaires (qui financent des projets ou la gestion de l'environnement) ainsi que des solutions de fiscalité incitative (qui récompensent des comportements vertueux) sont d'ores et déjà disponibles.



Île Lavezze © Eric Volto

Créée en 1910, la taxe de séjour est un des leviers disponibles pour atténuer l'empreinte environnementale générée par la présence des touristes. Toute station de tourisme (située en milieu littoral ou en montagne), commune classée ou réalisant des actions de protection et de gestion des espaces naturels a la possibilité de l'instituer⁽¹⁾. En 2019, son produit total s'est élevé à 525,4 millions d'euros, principalement géré par les communes. Elle est payée par le touriste à son hébergeur, qui la reverse à la commune. Les collectivités doivent pouvoir justifier que les dépenses issues de ce produit agissent sur l'attractivité du territoire ou la politique de préservation environnementale (Direction générale des entreprises, 2019). Sur le territoire d'un Parc National ou d'un PNR, le produit de la taxe de séjour peut être reversé par la collectivité à l'organisme gestionnaire du parc (Direction générale des entreprises, 2019), bien que peu d'établissements aient fait ce choix jusqu'à présent. C'est le cas notamment en Baie de Somme, où le Syndicat Mixte Baie de Somme Grand Littoral Picard collecte la taxe de séjour pour le compte de 18 communes.

Dans la perspective d'un tourisme favorable à la biodiversité, cette taxe pourrait financer :

(1) Elle est aujourd'hui perçue sur le territoire de 76 % des communes. Mais il faut questionner son allocation réelle, entre particuliers elle est rarement déclarée.

- Des actions de préservation et de restauration de la biodiversité ;
- La promotion touristique d'itinéraires « nature », balisés et ponctués de panneaux informatifs ;
- Des projets mis en place par des associations de protection de la biodiversité ;
- Une police de l'environnement qui s'assurerait que le comportement des touristes soit respectueux des sites et des espèces.

Il est néanmoins essentiel de mettre en avant les fraudes existantes autour de cette taxe de séjour étant donné les moyens de contrôle limités.

La loi du 2 février 1995 relative au renforcement de la protection de l'environnement a instauré une taxe destinée à faire participer les passagers de transport public maritime à la protection d'espaces protégés, qu'ils débarquent ou non sur l'espace protégé (taxe Barnier sur les passagers de transports maritimes).

Ce volet rejoint également le débat autour de la taxation carbone du transport aérien, dont un des bénéficiaires serait d'assurer une plus grande contribution des visiteurs internationaux, qu'ils visitent ou non des aires protégées. L'intégration de la taxation des externalités négatives liées au transport (notamment aérien) serait dès lors en mesure de renforcer le tourisme de

→ proximité (cf. Pour un tourisme de proximité et du quotidien, moteur de la sensibilisation à la biodiversité, p. 56).

Tarifification d'un régime d'accès et d'usage : Droits d'entrée, permis et parkings

Dans de nombreux pays, le tourisme contribue de manière significative à la conservation d'espèces menacées grâce aux budgets des zones protégées (Bucklet *et al.*, 2012), notamment par les droits d'entrées, qui comprennent les droits d'accès, les licences et les autres permis (bivouac, pêche récréative, etc.) (MAEDI, 2014). Les droits d'entrée participent en moyenne à hauteur de 10% au financement des parcs, chiffre qui peut s'élever jusqu'à 50% pour certains sites (Gössling *et al.*, 2012). En France, il existe au contraire un principe très fortement ancré de libre accès et de gratuité des espaces naturels (Sénat, 2019). Il est vrai que l'utilisation commerciale de la conservation peut être perçue comme

une marchandisation des services écosystémiques, pour lesquels le tourisme sert de justification économique (Hall, 2010). Malgré tout, ces droits d'entrée constituent une incitation à la conservation, par le maintien de la valeur de non-usage. Le Tableau 2 ci-dessous rassemble les avantages et les limites de ce type de solution.

Pour favoriser l'acceptabilité de telles mesures, une double tarification favorable aux touristes nationaux est recommandée. Des mesures sociales, telles que le remboursement de « pass » de visite annuels (pour des populations jeunes, modestes ou urbaines) sont également possibles pour que l'écotourisme demeure un tourisme de nature pour tous. Une étude menée par le PNUE (2005) rapporte qu'au niveau international, les visiteurs sont plutôt favorables au fait de payer plus

Tableau 2 : Avantages et inconvénients de l'utilisation commerciale de la conservation d'espaces naturels (source : auteurs, adapté de MAEDI, 2014)

AVANTAGES	LIMITES
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Davantage de budget pour les gestionnaires d'aires protégées et donc de moyens pour la préservation de la biodiversité ▶ Suivi statistique de la (sur)fréquentation, régulation des flux et internalisation des dommages causés par la pression anthropique ▶ Contribution effective des visiteurs aux coûts récurrents de gestion (entretien, surveillance) ▶ Régulation du flux ▶ Possibilité d'instaurer une double tarification favorable aux résidents et aux personnes à proximité ▶ Favorise une gestion communautaire multipartite des retombées locales 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Contradictoire avec la notion de « bien commun » et potentiellement discriminant ▶ Modèle économique vulnérable aux crises et aux restrictions de mobilité internationale ▶ Attention particulière à porter sur un modèle fondé sur l'augmentation aveugle de la fréquentation, car celle-ci engendre des coûts supplémentaires d'entretien ▶ Possible absence d'effet de la tarification sur le rythme de fréquentation

La fiscalité du tourisme au service de la biodiversité

Emeline Notari, Chargée de mission économie et droit de la biodiversité à Humanité & Biodiversité

L'association Humanité et Biodiversité travaille au quotidien sur les questions liées à la fiscalité environnementale, persuadée que la transition de notre économie pourra à terme garantir la transition de notre société. La question de la fiscalité touristique est largement abordée dans les travaux de l'association. En effet au-delà d'un tourisme vert, une des solutions pour rendre le tourisme durable est d'affecter ses recettes fiscales au service de la biodiversité.

Concernant la taxe de séjour, celle-ci n'a à l'origine pas pour objectif d'internaliser les impacts du tourisme sur la biodiversité et l'environnement. Affectée aux dépenses destinées à favoriser la fréquentation touristique de la commune dans laquelle elle est mise en place, la taxe de séjour (ou taxe de séjour forfaitaire) n'est pas obligatoirement reversée pour favoriser la protection et la gestion des espaces naturels. Cependant, l'attractivité d'un territoire dépend largement de sa diversité biologique, ainsi que de la qualité de ses paysages. Utiliser la taxe de séjour pour lever des fonds au titre de la protection et gestion des espaces naturels peut ainsi concourir au maintien de l'activité touristique. Pour cela, il pourrait être envisagé de doubler les tarifs planchers et plafonds, ainsi que d'affecter la moitié des revenus générés par la taxe à la protection des espaces naturels.

La taxe Barnier est également un levier important. Ce mécanisme prévoit que 7% du prix du billet de transport maritime soit alloué à la protection des espaces protégés. C'est ainsi que la loi a défini 6 catégories de destinations maritimes qui déclenchent le prélèvement de côte part de la taxe Barnier : les parcs nationaux, les réserves naturelles, les terrains du Conservatoire du littoral et des rivages lacustres, les sites classés au titre de la loi du 2 Mai 1930 et, sur demande des communes, les sites inscrits ainsi que les ports qui desservent exclusivement ou principalement ces espaces protégés. Ce mécanisme peut être facilement étendu pour permettre aux recettes des parts fiscales du tourisme de servir à protéger la qualité de nos paysages.



Projet Nature 2050 - CasCioMar - Ecocean (c) Rémy Dubas

cher dès lors qu'ils ont l'assurance que ce revenu supplémentaire est dédié à la protection de la nature.

Un autre levier peut consister à une utilisation commerciale des parkings d'accès, plutôt que d'instaurer une tarification du site lui-même, qui favoriserait également un report vers les mobilités douces : par exemple, 80% du budget du syndicat mixte de gestion de la dune du Pilat provient des recettes de stationnement, avec près de deux millions de visiteurs par an. Cette démarche serait sûrement mieux acceptée, dans la mesure où l'utilisateur paierait bel et bien pour un service, un équipement et son entretien, et non pour visiter le milieu naturel en tant que tel. Dans une logique de favorisation du tourisme de proximité, il est cependant essentiel d'engager une réflexion quant à l'accès à moindre coût (voire gratuit) pour les résidents.

La partie concernant un tourisme favorable à la biodiversité, pour tous et économiquement pérenne (p. 45) revient plus particulièrement sur les solutions

opérationnelles directes pour lutter contre la surfréquentation sur les sites, au-delà de la tarification.

Par leur nombre et par leurs dépenses, les touristes représentent donc une force majeure, à toutes les échelles. Dans une stratégie de durabilité, il y a donc des potentiels extrêmement forts à ce que le tourisme puisse devenir un levier de financement de la protection de l'environnement. Selon un sondage Ifop réalisé en mars 2021, 40% des sondés se déclarent prêts à payer plus cher pour voyager de manière écoresponsable.

Vers l'action volontaire

Intégrer la biodiversité et la durabilité aux Schémas de Développement Touristique et des Loisirs (SRDTL)

Les Régions ont pour mission de définir « *les objectifs à moyen terme du développement touristique régional* », qui passe par l'élaboration d'un Schéma de développement touristique et des loisirs (SRDTL).

Si celui-ci peut prendre des orientations larges (transports et accessibilité, tourisme d'affaires, offre culturelle, etc.), le tourisme durable est encore peu développé dans les SRDTL.

Au contraire, les SRDTL devraient être l'occasion d'intégrer les questions de tourisme durable et plus particulièrement de préservation de la biodiversité, en se basant sur les synergies identifiées entre tourisme et biodiversité sur les territoires, dans une approche transversale (cf. Les solutions opérationnelles concrètes pour intégrer la préservation de la biodiversité dans les activités touristiques et développer des synergies performantes p. 39).

Au-delà des SRDTL, la planification dans son ensemble pourrait intégrer ces enjeux. Par exemple, dans le PLU d'une commune hors site Natura 2000, littoral ou zone de montagne, l'implantation d'un nouvel aménagement ou cluster touristique ne fait aujourd'hui pas l'objet d'une évaluation environnementale systématique (Article R.121-14 du code de l'urbanisme) (CDC Biodiversité, 2021)⁽²⁾.

(2) Ajouter référence

La Région Nouvelle-Aquitaine intègre la durabilité à sa planification du tourisme

Luc Bonzon, Directeur du tourisme, Région Nouvelle-Aquitaine

Pour planifier le développement du tourisme conformément à la compétence dont elles ont la charge, les Régions disposent d'un outil de gouvernance majeur : le Schéma régional de développement touristique et des loisirs (SRDTL). La Région Nouvelle-Aquitaine, dont le tourisme représente 110 000 emplois directs et 9% du PIB, a élaboré avec les acteurs régionaux ce document en 2018 avec pour ambition de devenir « la 1^{re} destination touristique durable » à l'échelle nationale à l'horizon 2030.

La Région a associé à l'élaboration du document de nombreux acteurs, parmi lesquels le Comité régional du tourisme (CRT) de Nouvelle-Aquitaine, la Mission des Offices de tourisme Nouvelle-Aquitaine (MONA), les Établissements publics de coopération intercommunale (EPCI), les filières professionnels, les Groupes d'acteurs locaux ou encore les PNR. L'objectif est d'adapter l'offre à une demande croissante en matière de durabilité. L'ensemble de ces acteurs a pu se fédérer autour d'une prise de conscience commune : pour un territoire dont le principal attrait est la qualité des espaces naturels, la préservation des milieux est primordiale pour maintenir son attractivité touristique. Il s'agit de concilier plusieurs impératifs :

- Préserver les richesses naturelles et patrimoniales qui constituent le socle de l'attractivité touristique régionale ;
- Accompagner la compétitivité et la transformation des entreprises de la filière tourisme, notamment par le recours à l'innovation ;
- Promouvoir un développement équilibré du territoire régional.

Concrètement, le SRDTL permet de planifier stratégiquement l'ouverture ou le maintien de la capacité d'hébergement en lits, et de privilégier à ce titre les zones intérieures. Le financement de la montée en gamme et en qualité des équipements est une priorité pour élargir l'activité aux ailes de saison. La Région est également disposée à prendre en charge une partie des surcoûts liés à la rénovation énergétique. Plus spécifiquement concernant la biodiversité, la renaturation des espaces peut être privilégiée à travers l'analyse des flux et la mise en place d'aménagements réversibles en lien avec la stratégie de gestion du trait de côte. Une feuille de route opérationnelle définissant les actions à déployer est en cours de construction.

Cette planification s'est par ailleurs coordonnée avec le GIP Littoral. En tant qu'organe de concertation des politiques publiques liées au littoral, celui-ci a de fortes synergies avec le secteur du tourisme : travaux sur l'impact du changement climatique sur le trait de côte et les activités économiques (dont le tourisme), relocalisation des activités, expérimentation d'une application d'information en temps réel de la fréquentation des plages pour les communes littorales, réflexion sur l'aménagement durable des stations, solutions pour prendre en compte les enjeux liés à la submersion, à l'érosion, à la surfréquentation, etc.

Cette gouvernance se fonde sur plusieurs piliers : d'une part, fédérer les professionnels pour encourager le partage de bonnes pratiques, comme au sein du Tourisme Lab de Nouvelle-Aquitaine, réseau d'innovation. D'autre part, accompagner financièrement les initiatives recensées, en relayant par exemple les appels d'offres de l'ADEME dans le cadre de l'enveloppe dédiée au tourisme durable ou par le financement d'ingénierie comme pour la Mission Interfiliale des hébergeurs de Nouvelle-Aquitaine. Un de ses défis sera de s'articuler avec les autres documents de planification et notamment le SRADDET.

Les projets de territoire : fédérer des acteurs locaux autour d'un patrimoine naturel dont la valorisation bénéficie à tous

Si la plupart du temps, des mécanismes de dédommagement explicites n'existent pas, les différents acteurs trouvent un terrain d'entente au travers d'un « projet de territoire », c'est-à-dire un réseau de concertation et de débat autour de la planification du tourisme, engageant les professionnels du tourisme, des gestionnaires de sites, les élus locaux ou

des associations. Dans ce cadre, chaque acteur comprend l'intérêt final d'un site préservé pour maintenir l'attractivité du territoire et la qualité de vie des riverains, permettant ainsi une transition douce vers un nouveau modèle participatif et raisonné.

L'exemple de l'éco-participation

Le secteur privé peut être impliqué dans le financement de la biodiversité dans le cadre de démarches que l'on peut qualifier de « contractuelles », c'est-à-dire découlant d'une démarche volontaire

dans le cadre d'un cahier des charges (obligation de moyens) ou d'une mesure de la performance (obligation de résultats) (MAEDI, 2014).

L'éco-participation, au travers d'un produit touristique (un séjour, une marque, un permis), est une des démarches contractuelles possibles pour que la biodiversité bénéficie des recettes du tourisme. Elle peut être mise en place volontairement par l'opérateur touristique ou le gestionnaire d'un site naturel par exemple. Le produit est ensuite alloué

Les Grands Sites de France, au cœur de la construction de projets de territoire

Soline Archambault, Directrice du Réseau des Grands Sites de France

Historiquement, la démarche Grands Sites de France (GSF) est née du constat d'un déséquilibre entre fréquentation touristique et préservation des sites. Attribué par le ministère de la Transition écologique, le label Grand Site de France distingue ainsi une gestion du territoire qui permet sa préservation à long terme.

Pour obtenir la labellisation, un GSF doit être construit autour d'une identité qui lui est propre et qu'il est nécessaire de protéger et de valoriser sans pour autant la figer. La labellisation requiert donc une analyse, une appropriation et une écriture collective de ce qui fait la valeur du site.

La démarche GSF permet dès lors d'identifier les enjeux et les risques associés à sa préservation, et de faire émerger un projet de territoire en lien avec la singularité du site et sa capacité d'accueil. Il s'agit d'un processus collectif fondé sur une vision commune des intérêts partagés. Sont ainsi intégrés à la démarche les acteurs institutionnels (communes, EPCI, départements, etc.), les acteurs du tourisme (Agence de développement touristique, Offices de tourisme), les acteurs socioprofessionnels dont l'activité a un impact sur le paysage (en premier lieu les agriculteurs), les acteurs de la préservation de la biodiversité (associations notamment), ainsi que les habitants.

Ce projet de territoire établit un projet stratégique et un programme d'actions pour 6 ans. Par exemple, pour le Grand Site de France Massif du Canigó, une concertation sur plusieurs années a été réalisée afin de définir l'« esprit des lieux », l'identité paysagère et les objectifs de gestion de chacun des écosystèmes, puis un plan d'action en matière de tourisme qui soit cohérent à l'échelle du Grand Site. Face à la surfréquentation du pic du Canigó, l'objectif a été de travailler sur l'ensemble du territoire pour valoriser des itinéraires de délestage, proposer des alternatives de mobilité douce et mettre en valeur d'autres patrimoines à proximité du pic.

La définition de ce projet de territoire est source de bénéfices importants pour les différents acteurs :

- Partage des connaissances (la concertation et la définition du projet de territoire offrent des sources d'informations importantes sur les qualités paysagères et patrimoniales) ;
- Implication, rencontres et synergies entre les acteurs ;
- Émergence de dynamiques territoriales (entrepreneuriat de territoire) ;
- Financements potentiels (bien qu'aucun financement ne soit directement associé au label Grand Site de France, cette reconnaissance de la qualité de gestion facilite l'obtention de financements publics).

La biodiversité et la prégnance de ses liens avec les paysages est largement intégrée à cette démarche. Si la biodiversité n'est pas le fondement de la politique des GSF, l'immense majorité des sites se situent dans des espaces d'intérêt écologique majeur⁽¹⁾. Il s'agit dès lors d'identifier les zones sensibles en matière de biodiversité pour ne pas en faire des points d'attractivité, de concilier les usages en identifiant les lieux propices aux activités de pleine nature par exemple et ceux où elles sont à exclure ou à réguler (des voies d'escalade ont été désinstallées à proximité des zones de nidification à Sainte Victoire ou dans les Gorges du Gardon par exemple). Cette régulation de la fréquentation peut inclure des stratégies de démarketing pour éviter d'attirer des touristes sur des espaces trop fragiles. Dans tous les cas, il existe un enjeu fort de sensibilisation des touristes, et plus largement des acteurs aux problématiques liées à la préservation de la qualité des paysages et de la biodiversité.

(1) 94% des GSF comprennent des sites Natura 2000

→ à un budget de fonctionnement destiné à la biodiversité, à une association, un projet de restauration écologique, etc. Il est conseillé de déléguer les fonds et la gestion de projets environnementaux à des associations plutôt qu'aux sites eux-mêmes, car ces derniers n'ont pas forcément les moyens humains et techniques nécessaires à la gestion de ces projets, puis à la valorisation de leur engagement.

Il est également nécessaire de faire apparaître un lien transparent et rassurant pour l'acteur entre son financement et la préservation de la biodiversité. À l'échelle des tours opérateurs internationaux, la participation moyenne est d'environ 2% par réservation sur le prix total du voyage (PNUE, 2005). En raison de l'importance de l'économie touristique, ces montants qui sont faibles en valeur relative demeurent significatifs en valeur absolue pour les économies locales.

De plus, certaines compagnies touristiques mettent de côté une petite proportion de leurs bénéfices (en général moins d'un pourcent) ou reversent un montant donné pour chaque réservation pour financer les activités d'organisations de volontariats et d'Organisations non gouvernementales (ONG) (PNUE, 2005).

Les contributions matérielles et humaines sont généralement oubliées, mais par leur réseau d'infrastructures, d'experts, et leur connaissance du terrain, les entreprises touristiques peuvent contribuer matériellement aux projets de conservation. Cela comprend la mise à disposition d'infrastructures pour des événements, de l'aide à la levée de fonds, des conseils techniques et stratégiques, la participation à des événements de charité, des dons de matériel, etc. Le plus souvent, les équipes des hôtels ou des activités touristiques participent directement à la veille des sites protégés, secondant les équipes de parcs, et faisant office de surveillance au bon respect des conduites éco-responsables. Les cas les plus communs sont les moniteurs de plongée qui sont des gardiens informels des aires marines protégées.

Ces démarches comprennent aussi l'écol volontariat qui implique directement les touristes, soit via des organismes internationaux comme Earthwatch, soit par des contributions de main d'œuvre (planter des arbres, baliser des chemins) ou scientifiques (recensement d'espèces, etc.). Le mécénat est aussi une voie simple pour les entreprises pour financer la biodiversité, vers des associations, qu'il

s'agisse de temps de travail (bénévolat) ou de financements (Bereau *et al.*, 2011). Pour encourager la participation individuelle des touristes et éviter les détournements de fonds, des retours d'informations sur l'avancée des projets sont indispensables.

Vers des PSE centrés sur l'activité touristique

Pour les autres activités extérieures au secteur touristique, des mécanismes de paiement pour services environnementaux (PSE) pourraient être déployés, une fois leur mise en œuvre et acceptabilité étudiée de près (à travers la co-construction, les enquêtes citoyennes, la concertation, la gouvernance partagée, etc.). Cette proposition figure notamment dans le guide *Les initiatives innovantes pour le financement de la biodiversité* édité par le Ministère des affaires étrangères, qui définit les PSE comme un mécanisme pouvant « compenser la suspension de droits d'usage (coût d'opportunité), financer le travail consenti pour la restauration de l'écosystème (salaires pour la plantation d'arbres ou de haies) et, dans certains cas financer la création de systèmes économiques alternatifs (investissement) » (MAEDI, 2014).



Pic du Canigou © Michel Castillo – GSF



Les solutions opérationnelles concrètes pour intégrer la préservation de la biodiversité dans les activités touristiques et développer des synergies performantes

Des mesures pour agir à toutes les échelles

Aujourd'hui, bien qu'un engouement croissant dirige certaines populations nationales et étrangères vers les espaces de nature et la découverte de la biodiversité, il est possible de sensibiliser tous les touristes en intégrant le vivant à un panel plus vaste de pratiques et de produits. Cette démarche sera la condition *sine qua non* à un changement de modèle vers un tourisme favorable à la biodiversité. Plusieurs échelles d'action sont disponibles pour cela :

- À l'échelle du secteur ;
- À l'échelle des destinations ;

- À l'échelle de la vie d'un produit touristique ;
- Entre les différents produits ;
- À l'échelle de l'expérience touristique.

À l'échelle de la filière, favoriser un effort d'ensemble par la révision du classement hôtelier et la refonte des indicateurs de performance touristique

Des efforts sont possibles et indispensables de la part de l'ensemble des acteurs du tourisme en faveur de plus de durabilité, en particulier concernant la biodiversité dans la mesure où celle-ci est particulièrement peu intégrée. Dans son guide sur le tourisme durable, le Comité 21 rappelle que les déséquilibres environnementaux générés par le tourisme doivent être appréhendés « à chaque instant de la vie d'un produit ou d'un service touristique » (Comité 21, 2008).

La biodiversité étant par essence interdépendante des thématiques environnementales, les acteurs doivent engager une mutation durable de l'ensemble des activités touristiques, en lien avec la prise de conscience croissante de la société civile sur ces sujets (cf. A l'échelle

de l'expérience touristique, sensibiliser les vacanciers aux enjeux du vivant, p. 44). On peut notamment penser à :

- La mise aux normes des hébergements en termes de rénovation thermique et énergétique ;
- La gestion des flux (eau, déchets, électricité) ;
- L'approvisionnement en produits locaux ;
- La généralisation des mobilités douces.

Pour y parvenir, un levier efficace consisterait à intégrer ces critères environnementaux et d'autres spécifiques à la biodiversité parmi les cahiers des charges des marques nationales comme Qualité Tourisme, mais surtout parmi les critères du classement des hébergements par « étoiles ». Des critères liés à la superficie des jardins ou la proximité avec un parc ou un espace naturel pourraient également être mis en avant sur les plateformes communautaires de location de logements de particuliers comme Airbnb. En 2015, 81% des établissements d'hébergement marchands s'étaient engagés dans ce référencement, dont la dernière révision mettait essentiellement en avant des améliorations numériques, de sécurité ou de traduction, et pas encore de durabilité.

→ Nombre des équipements construits durant les années 1960 dans les stations balnéaires ou de montagne exigent aujourd'hui des rénovations, pour assurer la continuité de la démocratisation du tourisme dans des conditions favorables aux milieux. Les préoccupations d'artificialisation, d'efficacité énergétique et de biodiversité doivent être pleinement intégrées dans les projets d'aménagement à venir. Aujourd'hui, cette rénovation est soutenue par des acteurs du tourisme mais aussi de la protection de la montagne : « *Ces chantiers sont soutenus par les subventions publiques obtenues par exemple par le Club Alpin Français pour participer aux surcoûts de 15 à 20 % occasionnés* » (EFESE, 2019).

À l'échelle des destinations, encourager la diffusion spatiale des flux vers des destinations « nature »

Si la clientèle domestique apprécie fortement les destinations « nature », force est de constater que l'essentiel des visiteurs internationaux ne vient pas en France pour y admirer sa biodiversité, mais plutôt son patrimoine culturel, architectural, gastronomique et œnologique. Dans un double objectif de durabilité du tourisme,

ainsi que de renouvellement de la stratégie de rayonnement, il serait avantageux de décloisonner les branches et d'intégrer à toutes la biodiversité. Par exemple, étant donné le succès des divers châteaux français, des nouveaux produits de visite tournés vers les jardins ou domaines forestiers attenants pourraient incarner cette synergie gagnante. L'intégration des enjeux liés à la préservation et la restauration de la biodiversité s'avèrerait particulièrement pertinente en ville où la clientèle internationale et ses « *city-breakers* » (touristes internationaux de passage) se concentre.

Pour les destinations, il est possible de créer des produits dits « hybrides », favorisés par les nouvelles tendances dans nos modes de vie. Par exemple, les vacances sportives connaissent un essor notable, en particulier les sports de nature, d'aventure, nautiques et de découverte. En 2018, Inger Andersen, directrice générale de l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN) déclarait à ce propos que « *Renforcer l'alliance entre le sport et la nature peut contribuer fortement à enrayer la perte de biodiversité, en assurant un environnement sain qui profite à l'ensemble de la société* » (CIO, 2020). A cette occasion, le CIO (Comité international

olympique) et l'IUCN avaient publié un guide à destination des fédérations et autres associations de pratiquants pour sensibiliser à la préservation du vivant lors de la pratique sportive.

Un des leviers pourrait être de développer en arrière-saison toutes les activités qui ne dépendent pas pour leur attractivité des critères saisonniers (tels que la neige ou le soleil) : culture, sports, affaires, nautisme, éco-tourisme, observation. L'idée serait même de créer et de promouvoir de nouvelles saisonnalités fondées sur la nature : migration des oiseaux, climat tempéré propice au cyclisme ou à la randonnée, etc. Toutefois, cet investissement des arrière-saisons doit lui aussi être régulé pour laisser aux écosystèmes leur temps de « recharge » et de tranquillité, nécessaire à la reproduction des espèces par exemple (MIO-ECSD, 2012).

À l'échelle de vie d'un produit touristique, favoriser la prise en compte de la biodiversité tout au long de la chaîne de valeur

À l'image des formules « *All inclusive* » qui prennent en charge toutes les étapes d'un séjour et qui ont connu un succès



© Diego Cervo de Shutterstock

Redéfinir le classement des hébergements touristiques en prenant en compte les enjeux environnementaux

Cécile Léonhardt, Experte en tourisme durable

Historiquement, le secteur du tourisme, contrairement au secteur industriel, a été peu soumis à des réglementations concernant ses impacts environnementaux. Pourtant, la biodiversité constitue un enjeu essentiel pour le tourisme. D'une part, l'attractivité de nombreux espaces touristiques repose sur une biodiversité préservée. D'autre part, l'activité touristique a de nombreux impacts négatifs sur la biodiversité. Une large mobilisation des acteurs est nécessaire pour les réduire et garantir la préservation de ce capital naturel fragile.

A défaut de réglementation environnementale contraignante, certains dispositifs jouent un rôle structurant sur l'offre touristique et peuvent contribuer à orienter les pratiques des professionnels vers un tourisme durable. Ainsi, le classement des hébergements touristiques est un outil qui pourrait être efficace pour massifier la diffusion de pratiques environnementales vertueuses. La mise en place de critères obligatoires ambitieux liés à la biodiversité serait dès lors un levier déterminant.

Dans le référentiel de classement des hôtels de tourisme par exemple, il n'existe actuellement aucun critère directement lié à la biodiversité. La catégorie « environnement et développement durable » rassemble principalement des critères non-obligatoires « à la carte ». Les seuls critères obligatoires sont liés à la sensibilisation des collaborateurs à la gestion économe de l'énergie, de l'eau et des déchets.

Si peu de critères environnementaux ont été imposés lors de la dernière révision du classement en 2016, c'est notamment car ceux-ci sont perçus de prime abord comme un frein à la compétitivité des entreprises du tourisme. Or, l'intégration des enjeux environnementaux constitue au contraire une réelle opportunité économique pour les professionnels. Par exemple, les réducteurs de débit d'eau ou les lampes basse consommation permettent de réaliser des économies significatives et génèrent un bénéfice d'image auprès de clients de plus en plus sensibles aux écogestes dans leur vie quotidienne.

Des mesures simples qui ne nécessitent pas d'investissements lourds doivent aujourd'hui s'imposer dans ce référentiel :

- Pour l'eau, la mise en place de mousseurs qui permettent une réduction des débits ;
- Pour l'électricité, l'utilisation de lampes performantes ;
- Pour les déchets, l'interdiction des conditionnements individuels (pour l'alimentaire, l'hygiène) ;
- Pour l'alimentation, la mise en place de circuits courts, privilégiant les produits biologiques, en phase avec les attentes de la clientèle ;
- Pour les produits d'entretien, le choix systématique de produits écolabellisés, respectueux de l'environnement.

Dans un contexte de crise sanitaire où les clients expriment un besoin croissant d'environnement préservé et de tourisme local, il est temps que les référentiels évoluent afin d'accompagner la nécessaire transition écologique de la destination France.

fulgurant depuis les années 2000, il serait avantageux de développer des formules touristiques durables sur tous les éléments de la chaîne de valeur, du transport à l'hébergement en passant par la restauration et les activités. Dans la formulation des « packages » de destinations, l'empreinte environnementale devient également un critère pris en compte : 17% des vacanciers considèrent aujourd'hui que l'empreinte écologique de leur voyage joue un rôle essentiel dans leur choix (Baumlin et Duhautois, 2019).

À l'instar de la généralisation de l'empreinte carbone des entreprises, l'évaluation de l'empreinte biodiversité est en train de prendre de l'importance, notamment du

point de vue des politiques publiques. Le plan biodiversité de 2018 prônait ainsi dans son action 30 « *des travaux pour inciter les entreprises à qualifier leur empreinte biodiversité* ». Par exemple, le Global Biodiversity Score (GBS) est un outil d'évaluation de l'empreinte biodiversité des entreprises pouvant être utilisé pour évaluer l'impact ou l'empreinte des entreprises et des investissements sur la biodiversité. Afin de répartir les impacts sur toute la chaîne de valeur et d'éviter les doubles comptes, le GBS utilise le concept de Scope, ou frontière de la chaîne de valeur. Le Scope 1 couvre les opérations directes. Les impacts se produisant en amont sont décomposés entre la production d'énergie autre que les combustibles, qui relève du Scope

2, et les autres achats qui relèvent du Scope 3 amont. Enfin, les impacts en aval appartiennent au Scope 3 aval. En termes de gouvernance et d'économie locale, de telles démarches permettraient la valorisation d'un terroir, d'une identité, de l'activité des professionnels de l'accueil et des producteurs ou artisans par exemple. En 2001, l'aménageur Bernard Pecqueur avait théorisé cet effet d'entraînement sous le nom « *d'hypothèse du panier de biens* » : même si certains produits ne revêtent pas de dimension durable, l'ancrage territorial et local de leur production permet au consommateur de le relier à des produits de terroir, créant ainsi à partir d'un sentiment d'appartenance

Concevoir un produit touristique durable, soutenable et responsable : le projet DestiMED+ dans la Réserve Naturelle des Bouches de Bonifacio

Marie-Josée Culioli Vichera, Adjointe au tourisme, au Développement Durable et de l'Opération Grand Site à la Mairie de Bonifacio et Présidente de l'Office Municipal de tourisme

Destination emblématique de la Corse, Bonifacio a pris le cap du tourisme durable pour répondre à l'attractivité indéniable que suscite son patrimoine naturel et historique exceptionnel : la ville accueille 2 millions de visiteurs, pour 3000 habitants à l'année. Cette fréquentation a doublé en dix ans, et nécessite une attention particulière sur les sites fragiles comme les îles Lavezzi qui accueillent à elles seules 1500 personnes par jour en haute saison. En partenariat avec l'Office de l'Environnement de la Corse (gestionnaire de la Réserve Naturelle des Bouches de Bonifacio - RNBB -) et l'Agence du Tourisme de la Corse, la commune de Bonifacio travaille sur l'accueil et la sensibilisation du public dans une démarche de durabilité dans l'Aire marine protégée (AMP), posant les bases du projet européen DestiMED+ qui a vu le jour en 2020.

DestiMED+, pour « Destination Méditerranée » est un projet Interreg co-financé par le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER) qui s'est ancré, aujourd'hui, dans 11 AMP avec un budget de 3 millions d'euros. À Bonifacio, il se fonde sur l'engagement commun des acteurs régionaux et locaux de la protection de l'environnement et des acteurs du tourisme. Le projet a pour objectif l'élaboration, par l'Office de Tourisme, d'un package écotouristique de haute qualité environnementale qui propose une alternative centrée sur l'esprit des lieux, la rencontre des habitants et la découverte de la biodiversité.

DestiMED+ marque la volonté de la collectivité de promouvoir un tourisme expérientiel sur les ailes de la saison pour recentrer l'offre sur les qualités patrimoniales du territoire, dont sa biodiversité. L'ensemble de la chaîne de valeur du produit touristique intègre ainsi des standards stricts de durabilité :

- Transports et mobilité : réduction d'émission CO₂ de 20% et sonore de 50% des trajets aériens grâce à l'avion Néo de la compagnie Air Corsica, et promotion du vélo pour les déplacements ;
- Hébergement : logements engagés dans la charte régionale « Rispettu » ou l'écolabel européen ;
- Restauration : partenariat « *Bonifacio tourisme et agriculture* » avec l'ADEME et YesWeGreen, qui encourage les circuits courts auprès d'agriculteurs, artisans ou pêcheurs certifiés AB ou pêche durable. Cela prend par exemple la forme d'un menu bonifacien dans les restaurants qui se fournissent localement ;
- Activités : visite des îles Lavezzi encadrée par un guide naturaliste, formé par la RNBB, permettant un accès privilégié à des « zones de tranquillité » définies par la RNBB ;

Ce produit touristique durable s'appuie sur un ensemble d'actions d'ampleur, notamment :

- La double certification « Pavillon bleu » et « Port Propre actif en biodiversité » du port de plaisance de Bonifacio ;
- La mise en service d'une station d'épuration innovante, à filtration membranaire, recyclant les eaux usées de la ville et permettant l'irrigation du parcours du golf de Sperone ;
- La réorientation de la stratégie de communication ;
- L'engagement de la Ville dans une démarche d'Opération Grand Site de France.

Ce projet illustre ainsi les bénéfices d'une démarche systémique qui veille au respect des milieux, à l'expérience du visiteur et à la durabilité économique des activités concernées. Par la promotion des activités de plein nature d'arrière-saison, il encourage l'étalement temporel de la fréquentation d'avril à octobre (et même au-delà), un principe de régulation aux avantages tant économiques qu'écologiques.

culturelle une dynamique favorable au développement de projets de territoire et des circuits courts. Pour construire ce produit, Gros-Désormeaux suggère une collaboration mixte public-privé centrée non pas sur la gestion mais sur la patrimonialisation du produit. Il s'agirait d'intégrer pleinement les acteurs privés pour concilier objectifs publics et privés, sur la base de la valorisation économique potentielle du développement de la biodiversité. (Gros-Désormeaux, 2012). Dans le cas de la Martinique et du potentiel concernant l'observation des oiseaux, il soutient qu'« *en percevant l'oiseau comme l'un des objets patrimoniaux d'un panier de biens et services territorialisés, la conservation des entités biospatiales, par la mise en protection de certaines zones, serait autrement appréhendée par les locaux* » (Gros-Désormeaux, 2012). Cette dimension était d'ailleurs soulignée par un Avis du Conseil économique, social et environnemental sur la promotion du tourisme durable dans les Outre-Mer (CESE, 2018), préconisant de mettre l'identité culturelle et la richesse de la biodiversité des territoires ultra-marins au cœur de leur stratégie. En plus d'émettre une justification économique locale de la conservation, de fédérer des acteurs au-delà des professionnels de l'écotourisme, et d'enrichir l'expérience du visiteur, cette démarche holistique apporte une réponse à la perte de sens du tourisme et de sa logique de stations interchangeable, déracinées de leur territoire d'accueil (Christin, 2020).

Entre les différents produits, promouvoir une labellisation volontaire ambitieuse et favoriser la collaboration de branches traditionnelles avec des professionnels de l'écotourisme

En complément de cet effort d'ensemble, une démarche volontaire d'éco-labellisation peut également être entreprise. Il existe aujourd'hui un éventail de dispositifs de labellisation et de certification, qui ont pour atout d'améliorer la compétitivité hors-prix grâce à la performance environnementale et/ou sociale de la structure notamment. Ils renforcent la visibilité des engagements des professionnels, structurent leur positionnement, et peuvent servir d'objectif à atteindre.

Les labels et certifications présentent néanmoins des limites persistantes. La multitude de ces labels (près d'une centaine en France et en Europe, d'ambition variable) participe à la confusion de l'offre pour les visiteurs comme pour les professionnels. Ils sont inégalement contraignants, d'échelle nationale, européenne ou internationale, et sont souvent segmentés par secteur d'activité (voyagistes, restauration, activités, hébergement, etc.). Il a ainsi été mis en évidence le manque de transparence des critères, la détérioration de la visibilité des labels et certifications due à leur multiplication, la perte de fiabilité liée à certains abus (fraudes dues au manque de contrôle par exemple), la faiblesse des moyens humains disponibles, l'accès limité à certains labels coûteux pour les entreprises de taille modeste, etc.

Malgré son essor (+200% entre 2006 et 2016), la labellisation durable ne représente toujours qu'1% (pour l'écolabel européen) à 3% (tous labels confondus) des hébergements, ce qui demeure marginal (CGDD, 2017).

Les labels les plus exigeants et complets au regard de la biodiversité sont Green Globe, Clef Verte, Agir pour un tourisme responsable (ART) ou encore les Gîtes Panda. Ils ciblent des obligations de résultats ou bien de moyens, et engagent notamment aux critères suivants, en plus des efforts généraux de durabilité :

- Interdiction de l'exploitation d'espèces menacées ;
- Plan de préservation de la biodiversité intégré dans le management durable de l'entreprise ;

- Mise en œuvre d'un plan de réhabilitation des milieux ou de contributions compensatoires ;
- Partenariats avec des associations de protection de la biodiversité ;
- Plan de gestion spécifique des espaces/espèces en accord avec la liste rouge de l'UICN ;
- Limitation des impacts de l'activité touristique sur les espèces et les habitats.

Une proportion encore marginale de touristes choisit spécifiquement ses produits en fonction de la présence d'un label ou non, essentiellement en raison d'un manque d'information (CNT, 2010). Toutefois, les labels d'origine géographiques (comme les Appellations d'origine contrôlée (AOC)), souvent valorisés comme terroirs pour les destinations, sont quant à eux bien mieux connus et participent au maintien d'un tissu économique local comme de pratiques favorables à la biodiversité. Selon le MEAE, la labellisation s'opère à deux niveaux :

- Pour la soutenabilité du secteur touristique dans son ensemble, elle garantit l'effort de minimiser les impacts directs et indirects du secteur sur la biodiversité (limitation de l'artificialisation, gestion durable de l'eau et des déchets, etc.) ;
- Pour la branche de l'écotourisme, elle fait du tourisme un instrument de financement de la conservation en valorisant la biodiversité par les services récréatifs qu'elle porte, justifiant sa préservation et son financement.

L'Écolabel européen « Service d'hébergement touristique » regroupait 358 établissements certifiés en 2016 (contre 2 établissements en 2006). Ce label, qui s'applique aux hébergements touristiques et aux campings depuis 2003, repose sur une démarche volontaire de la part des établissements concernés. Il est basé sur une approche globale prenant en considération le cycle de vie du service, incluant les achats, l'utilisation de ses installations et la gestion des déchets. Aujourd'hui, le nombre d'établissements touristiques titulaires de l'Écolabel européen reste faible au regard du nombre total d'hébergements touristiques sur le sol national (moins d'1 % des hébergements touristiques marchands) (CGDD, 2017).

→ Pour promouvoir la labellisation, il serait possible de :

- Créer un portail recensant les dispositifs, leur coût, les aides disponibles pour les mettre en œuvre, à l'image du guide réalisé par la région Occitanie⁽³⁾ ;
- Intégrer un critère dans les filtres de recherche des plateformes de réservation génériques (Booking, TripAdvisor, Airbnb, etc.) pour rendre l'offre plus visible et la relier au moment d'achat, étant donné que 89% des séjours sont réservés sur ces plateformes (Assemblée Nationale, 2020) ;

(3) <https://pro.tourisme-occitanie.com/etre-labellise/guide-des-labels-du-tourisme>

- Généraliser un label unique, complet et exigeant, à l'image du label « AB » dédié à l'agriculture biologique, et le personnaliser par segment d'activité.

La labellisation crée un effet d'entraînement et de différenciation, valorisant les initiatives vertueuses. La labellisation devrait être conditionnelle à l'adoption de bonnes pratiques car la visibilité et donc l'augmentation du flux touristique qui va en découler ne doit pas se traduire par une augmentation des pressions, auquel cas la finalité de l'écotourisme serait largement perdue de vue.

À l'échelle de l'expérience touristique, sensibiliser les vacanciers aux enjeux du vivant

Les flux touristiques étant caractérisés par des volumes considérables et une forte concentration saisonnière et spatiale, leurs impacts sur l'environnement et en particulier la biodiversité sont nombreux, d'autant plus que les sites naturels et culturels vulnérables sont souvent très prisés. La majorité de la population française vivant en ville (huit français sur dix), les week-ends et les vacances constituent un moment de contact privilégié avec les espaces naturels et ruraux. Les potentiels sont donc nombreux

Le Label Clef Verte et la biodiversité

Thierry Lerévérénd, Directeur Général et Nathalie Bel Baussant, Directrice du Tourisme Durable à Teragir

Chaque année, des millions de vacanciers ou professionnels en déplacement séjournent dans des hébergements touristiques qui font de la France la première destination mondiale. Étant donné son importance, le secteur (comptant plus de 250 000 établissements d'hébergement et 170 000 restaurants) a d'importants impacts écologiques, aux échelles locale et mondiale.

Pour les professionnels de l'hébergement qui cherchent à réduire leurs impacts et pour répondre à l'attente croissante des touristes, l'association Teragir⁽¹⁾ (spécialisée dans l'accompagnement des acteurs dans la transition écologique) a conçu le label Clef Verte qui est aujourd'hui devenu une référence nationale et mondiale (Clef Verte/Green Key présent dans 65 pays).

Pour les professionnels, la Clef Verte est un label complet qui permet via une plateforme digitale de s'auto-diagnostiquer, se former, partager des pratiques, faire labelliser son plan d'action et ses réalisations suivant une grille de plus de 100 critères. L'ensemble des services et des outils de la Clef Verte est animé par une équipe de professionnels dédiés.

Le label s'adresse à tous les établissements (hôtels, campings, gîtes, meublés de tourisme, chambres d'hôtes, résidences de tourisme, villages et centres de vacances, restaurants, etc.), quelle que soit la localisation (ville, campagne, montagne, littoral) et la taille de l'établissement.

La place de la biodiversité

La démarche Clef Verte est globale, et la biodiversité y tient une place déterminante aux côtés d'autres thèmes comme les déchets, l'eau, l'énergie, les achats responsables, la sensibilisation, etc.

Toutefois, la biodiversité ne constitue pas une catégorie isolée qui donnerait au label une dimension seulement naturaliste. En tant que socle des activités humaines, la biodiversité est intégrée de manière transversale dans le programme et les critères du label : la gestion des déchets (réduction, recyclage, compostage), la gestion des produits toxiques (produits d'entretien écolabellisés, désherbants chimiques et insecticides proscrits), le climat, l'eau, l'alimentation (valorisation des produits bio, locaux et équitables), la promotion des mobilités douces ou encore la valorisation des matériaux de construction locaux.

Enfin, le label soutient très fortement la connaissance et la promotion des territoires, véritables patrimoines culturel et écologique : étant donné leur vocation touristique, les établissements sont invités à mettre en avant les lieux et acteurs locaux qui participent à la protection, la connaissance, la sensibilisation et la rencontre de la nature. L'objectif est ainsi de renforcer l'écosystème d'acteurs engagés dans la résilience de leur territoire.

(1) En France, le label Clef Verte est déployé par l'association Teragir qui porte également les programmes Pavillon Bleu, Eco-Ecole, la Journée internationale des forêts et Jeunes reporters pour l'Environnement.

La Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés

Cette charte a été élaborée à la demande d'Europarc, la fédération européenne des espaces protégés. Elle cherche à concilier les attentes des visiteurs, les impératifs de protections comme les ambitions de développement des territoires. Depuis 2001, 35 espaces protégés en Europe y ont adhéré. La France compte le plus de territoires adhérents, dont quatre parcs nationaux (Mercantour, Guadeloupe, Ecrins et Cévennes), et 12 PNR.

Anciennement Charte du tourisme durable, elle a été mise en place en 1994 et fixe les priorités mondiales et européennes définies par l'Agenda 21, exprimées au Sommet

de Rio en 1992. La Charte s'adresse aux entreprises du tourisme, acteurs locaux et gestionnaires d'espaces protégés, pour leur fournir une base et un cadre de développement touristique durable. La Charte propose des pistes d'actions pour accompagner ces acteurs vers l'obtention de bénéfices économiques, sociaux et environnementaux liés à la bonne gestion des espaces touristiques.

Pour plus d'informations concernant la Charte européenne du tourisme durable : <http://www.parcsnationaux.fr/fr/des-actions/tourisme-durable/la-charte-europeenne-du-tourisme-durable>

pour faire de ce moment une reconexion à la nature respectueuse vis-à-vis de cette dernière, sur le mode de la sensibilisation plutôt que sur celui de la consommation ou de la dégradation.

La sensibilisation constitue un autre levier essentiel de ce tourisme favorable à la biodiversité, qu'elle soit destinée aux professionnels ou aux touristes eux-mêmes. Le Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE) recommande de recourir à la méthode du « *little and often* » pour sensibiliser les touristes sans les culpabiliser. Cette sensibilisation doit pouvoir être déclinée en fonction de la fragilité de chaque milieu, en alliant pédagogie et sciences participatives. Par exemple, elle peut s'appuyer sur la saisonnalité d'un événement naturel, comme une migration ou la reproduction

d'une espèce (PNUE, 2005), enrichissant là aussi l'expérience du visiteur vers l'appréciation et la compréhension plutôt que la consommation. La sensibilisation peut en outre passer par l'organisation d'événements grand public, à l'image des Journées européennes du patrimoine, qui permettent par exemple de faire découvrir les Parcs nationaux. Les destinations pourraient également déployer leurs stratégies de sensibilisation en s'appuyant sur les Atlas de la biodiversité communale (ABC).

Il est également nécessaire de positionner la sensibilisation selon le public visé : pour le grand public, la découverte sera davantage passive et s'appuiera sur de la communication globale autour de la biodiversité. ; pour un public de niche, la biodiversité sera au cœur d'une démarche

active de l'acteur, et nécessitera une offre spécifique fondée sur la biodiversité (cf. figure 9 ci-dessous).

Un tourisme favorable à la biodiversité, pour tous et économiquement pérenne : concilier fréquentation et préservation des milieux

Intégrer la sensibilité du vivant au tourisme implique de poser l'épineuse question de la fréquentation : un tourisme de masse, fruit de la démocratisation des loisirs et des voyages, est-il conciliable avec la préservation des sites ? Comment faire accepter aux touristes mais aussi aux professionnels les principes de la régulation des flux ? Celle-ci doit-elle s'accompagner d'une tarification, au risque que le tourisme et qui plus est l'éco-tourisme soient considérés comme élitistes ?

Deux paramètres clés jouent sur l'impact du tourisme et constituent des leviers à mettre en œuvre pour un changement de stratégie : à la fois une gestion du volume de touristes accueillis, ainsi qu'un contrôle de leur trajectoire, à mieux gérer.

Selon le Sénat (2019), les solutions d'aménagement du territoire sont primordiales pour remédier aux problématiques engendrées par la surfréquentation. Elles peuvent passer par la diversification des offres, la démultiplication des points d'attrait, le développement de la politique de mobilité, l'aménagement des parkings, etc.

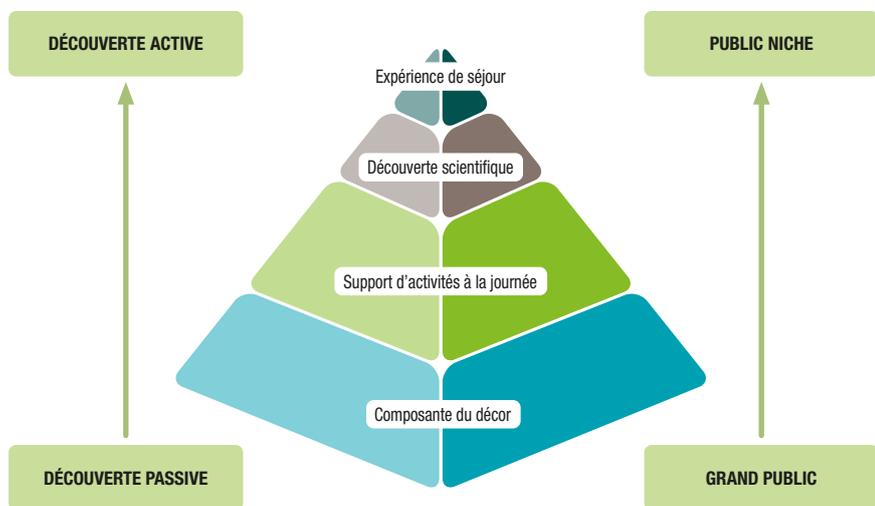


Figure 9 : Typologie de la découverte de la biodiversité (DREAL Midi-Pyrénées, 2013)

↳ **Définir une capacité de charge, réglementer et réguler**

Un des paradoxes les plus prégnants est le constat d'une concentration des territoires à forte intensité touristique dans des environnements naturels. D'après l'EFESE (2016) « *Les écosystèmes français sont des espaces de récréation largement plébiscités par les Français comme par les étrangers et forment un élément essentiel de l'attractivité touristique de notre pays. [...] L'organisation mondiale du tourisme rappelle que 30% des séjours*

(33% des nuitées) se localisent au sein d'espaces protégés et que la visite d'un site naturel fait partie des motivations principales du séjour pour 8 % des séjours en métropole ». Pourtant, ce n'est pas parce qu'un tourisme a lieu dans des espaces naturels qu'il est respectueux de l'environnement ou qu'il prend la forme d'un tourisme de nature.

S'il est unanimement admis que la durabilité du tourisme passe par sa régulation, il n'existe pas de définition quantitative qui pourrait permettre aux

collectivités d'intégrer la capacité de charge d'un milieu dans leur planification touristique. L'approche par les limites planétaires pourrait constituer une solution pertinente, et nécessiterait une véritable mesure de l'empreinte biodiversité des territoires. La loi Littoral suggère certaines méthodes d'évaluation qui demeurent vagues, à partir de « *la totalité des urbanisations existantes ou à créer et [qui] prend en compte les espaces naturels qu'il faut préserver d'une fréquentation excessive* » (Pottier, 2007), sans que jamais le terme d'excès ne soit défini.

Campagne de sensibilisation 2020 de l'OFB « Cet été la nature nous accueille, ne gâchons pas nos retrouvailles avec elle »

Céline Piquier, Directrice adjointe de la communication (OFB)

En été 2020, après le confinement, les espaces de nature ont connu une fréquentation sans précédent. Signe d'un fort besoin de reconnexion et de ressourcement, cet afflux est également synonyme de pressions accrues pour les écosystèmes. Certaines espèces ayant bénéficié du calme induit par les restrictions de déplacements, le retour soudain de la présence humaine a pu quelquefois les perturber. L'ensemble des activités de nature (la promenade, la randonnée, la baignade ou encore la pêche) doit pourtant être réalisé dans le respect de cette biodiversité parfois mal connue mais omniprésente quelle que soit la destination. L'Office français de la biodiversité (OFB) a ainsi renforcé son dispositif de sensibilisation avec une vaste campagne dans l'Hexagone et les Outre-mer durant la période estivale, intitulée « Cet été la nature nous accueille, ne gâchons pas nos retrouvailles avec elle ».

Dans toutes les régions, les agents de l'OFB sont allés à la rencontre du public sur les sites touristiques naturels. Ils ont rappelé les gestes essentiels pour respecter la biodiversité, fait de la pédagogie quant aux impacts sur la nature des activités récréatives, tout en offrant des informations spécifiques selon les milieux fréquentés. Ce sont toutes les directions régionales de l'OFB et leurs services départementaux qui ont été mobilisés, en forêt comme sur le littoral ou dans les espaces protégés, pour transmettre ces bonnes pratiques. D'autres outils de communication ont également été mobilisés : brochures, flyers, campagne de communication dans la PQR et avec des spots à la radio, etc. ainsi, 7 Français sur 10 des 25-64 ans ont pu entendre un spot

radio sur les 14 stations radio nationales, soit environ 22 millions de français. Et sur les réseaux sociaux, plus de 8 millions de personnes ont pu être touchées.

Cette démarche a notamment permis de répondre au nouveau public qui ne dispose pas de tous les codes du tourisme durable. Par exemple, dans certains espaces protégés, en particulier dans certains parcs nationaux comme le Vercors ou les Ecrins, la fréquentation a en effet augmenté de 30%, étalée sur une période beaucoup plus longue que la haute saison habituelle.

Le bilan de la saison 2020 souligne l'importance de cette campagne et de la présence d'agents sur le terrain pour lutter contre les incivilités qui ont augmenté avec la hausse de fréquentation et le renouvellement du public. L'OFB réfléchit à présent à reconduire ce type de campagne pour les prochaines années, en se focalisant également sur les ailes de saison pour s'adapter à l'étalement temporel de la fréquentation. Pour toucher l'ensemble du public, l'objectif serait également d'engager les opérateurs gestionnaires d'espaces protégés, les fédérations et les offices de tourisme. D'autres solutions innovantes ont d'ores et déjà été mises en place, comme au Parc national des Calanques où une application informe sur la fréquentation en temps réel et propose des itinéraires alternatifs pour désencombrer les sites saturés. Une mobilisation conjointe dans et au-delà des espaces protégés pourrait en définitive impulser des démarches similaires de réorientation des flux, favorisant l'expérience du visiteur tout comme le respect des milieux à une plus grande échelle.

D'un point de vue qualitatif, on parle de surfréquentation dès lors que la capacité du milieu à se régénérer est menacée, en parallèle de certains symptômes (disparition de certaines espèces endémiques, altération de l'humus par le piétinement, pénurie de certaines ressources, dépassement de la capacité de gestion des déchets, etc.). La surfréquentation se mesure également dans sa dimension sociale, par une hausse des prix de l'immobilier, des changements d'usage de locaux, des rachats fonciers, et la disparition d'une mixité résidentielle et fonctionnelle. Toujours dans le cadre du littoral, Pottier (2007) propose d'estimer la capacité de charge des territoires à partir des prix du foncier, témoins à la fois des tensions autour de la préservation des espaces naturels et des conflits résidentiels. Pourtant, il est primordial que la fragilité des sites soit considérée dans les stratégies de développement et de promotion territoriale, à l'échelle locale comme régionale ou nationale.

La notion de sobriété est évidemment prégnante pour permettre la durabilité du tourisme. Toutefois, d'autres arguments relatifs à la sensibilisation et à la pondération de la fréquentation préfèrent voir l'engouement pour les espaces naturels comme une force de changement, une chance à saisir pour reconnecter le plus grand nombre à la nature et développer les métiers de sa protection (guides, gardes, etc.). En réalité, plusieurs modèles économiques et écologiques existent, qu'il appartient à chacun des gestionnaires de sites de mettre en place.

Au-delà d'un effort général de régulation spatiale et temporelle des flux touristiques, les enjeux écologiques et économiques se recoupent autour de la nécessité de renouveler l'offre vers des produits plus respectueux de la biodiversité, et de promouvoir des destinations encore peu engorgées. L'identité d'un territoire et son patrimoine naturel peuvent dès lors constituer la raison d'être d'une destination et le support de sa communication. Toutefois, l'expansion de la haute saison touristique ne doit pas être favorisée incontestablement : la basse saison touristique est un intervalle durant lequel les écosystèmes peuvent se régénérer (MIO-ECSDE, 2012).

Travailler à la réduction de la fréquentation sur un site exige d'appréhender les conséquences auprès des professionnels en termes de baisse des ressources économiques. Le croisement entre la montée en gamme et l'accroissement du degré de durabilité peut ainsi être proposé pour résoudre l'équation, au travers de produits comme le cyclotourisme ou les hébergements insolites en pleine nature. Par exemple, les dépenses moyennes d'un cyclotouriste s'élèvent à environ 80€ par jour, contre 55€ pour un touriste « générique » en voiture (Ademe, 2020).

Néanmoins, une montée en gamme n'a pas toujours l'effet escompté sur la fréquentation. Aux États-Unis, les visiteurs des parcs nationaux sont toujours plus nombreux, alors même qu'il faut déboursier en moyenne 25\$ par véhicule pour accéder à l'un de ces sites. Des systèmes de quotas ou de réservation anticipée, notamment dans les zones de stationnement ou de bivouacs, peuvent alors être proposés.

La régulation peut aussi passer par des changements de comportement (éviter de géolocaliser ses photos par exemple, surtout pour les randonneurs influents qui seraient susceptibles de créer des phénomènes de mode). Ces derniers peuvent au contraire se faire les ambassadeurs d'un *slow tourism*, en mettant en scène des visites hors saison ou des actions d'éco-volontariat (Simmonds *et al.*, 2020).

Plus récemment, le Sénat a adopté la « Proposition de loi portant diverses mesures tendant à réguler « l'hyperfréquentation » dans les sites naturels et culturels patrimoniaux ». Celle-ci permet notamment aux maires de réglementer l'accès et la circulation des personnes (et non plus seulement des véhicules motorisés) à certaines voies ou secteurs. En montagne, la dépose de passagers à bord d'aéronefs à des fins de loisirs est désormais interdite en dehors des aérodromes (Sénat, 2019). Ainsi, les élus locaux disposent d'autorisations supplémentaires leur permettant d'encadrer les activités touristiques qui peuvent nuire à la préservation des milieux et à la tranquillité des riverains.

Réorienter l'effort marketing pour servir la stratégie de durabilité

Le marketing territorial peut se définir comme « la manière dont les pouvoirs publics utilisent les techniques de la publicité et de la communication, issues du monde de l'entreprise, pour promouvoir un territoire »⁽⁴⁾.

Le marketing pourra être révisé pour réorienter l'industrie touristique vers la sobriété touristique : il s'agira de modérer la promotion des destinations saturées et de mettre au contraire l'accent sur la tranquillité d'espaces peu fréquentés, tout en appliquant cette logique de lissage entre les différentes saisons. De nouveaux arguments pourront servir cette stratégie :

- L'argument environnemental d'une capacité de charge mieux gérée dans le temps et l'espace, donc d'une fréquentation soutenable pour les milieux ;
- L'argument « client » d'une expérience de qualité, qui privilégie la tranquillité et la reconnexion avec la nature plutôt que la standardisation des vacances ;
- L'argument bien-être, qui valorise des activités qui sont agréables à pratiquer en arrière-saison (comme le vélo) plutôt que durant les étés qui seront de plus en plus chauds ;
- L'argument économique pour les professionnels et les autres acteurs économiques qui dépendent du tourisme, comme les producteurs : l'emploi saisonnier pourra devenir plus pérenne, de même que les activités des fournisseurs, qui seront alors stimulées sur la quasi-totalité de l'année. Dans le cas d'approvisionnements locaux par exemple, cela permettrait de garantir des débouchés plus fiables aux producteurs, et ainsi d'assurer leur activité.

En ce qui concerne le désengorgement des sites déjà saturés, de plus en plus de gestionnaires se tournent vers le « *demarketing* » (Kolter, 1971). Le *demarketing* consiste à décourager de manière temporaire ou permanente la clientèle, sur le principe que la saturation ou les pénuries sont plus préjudiciables que l'attractivité (Kolter & Levy, 1971). En effet, la surfréquentation entraîne des impacts

(4) <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/marketing-territorial>

Les dynamiques territoriales du tourisme

Bao-Tran Nguyen, Directrice de missions, évaluation socio-économique, Pôle Expertises et Montage de projets à la SCET (Services, Conseil, Expertises et Territoires)

L'essor du tourisme français⁽¹⁾ entraîne de nombreux défis pour sa soutenabilité. La répartition hétérogène des flux touristiques dans l'espace et dans le temps rend prégnant l'enjeu de diffusion et de déconcentration des flux touristiques. Le littoral, qui ne représente pourtant que 4% du territoire, concentre un tiers de la fréquentation touristique (DGE, 2018)⁽²⁾ et plus d'une nuitée sur deux est réalisée entre juin et septembre (DGE, 2016)⁽³⁾.

La déconcentration des flux est en mesure de répondre à de nombreux enjeux :

- Pour les touristes eux-mêmes (le tourisme durable était historiquement celui qui permettait d'accueillir le nombre maximal de touristes pouvant jouir d'un espace sans dégrader la qualité de l'expérience ou le bien-être des autres touristes) (Squire, 1996 ; Williams et Gill, 1994) ;
- Pour les populations locales (qui rencontrent des problématiques d'acceptabilité du tourisme de masse, face aux externalités négatives que peuvent être les nuisances sonores) ;
- Pour les écosystèmes (dont la diversité peut être dégradée sous l'effet de sur-fréquentations) ;
- Pour les territoires (pour lesquels le tourisme peut être un facteur de pression, pour le dimensionnement des réseaux d'assainissement ou de déchets par exemple, outre l'opportunité de développement économique qu'il constitue).

Face à ce constat, l'Agence Nationale de la Cohésion des Territoires (ANCT) a demandé à la SCET⁽⁴⁾ d'identifier les pistes d'un développement touristique équilibré sur les territoires. À cette fin, la SCET a défini la notion de « *capital touristique* », qui vise à identifier le potentiel de développement d'une offre touristique d'un territoire. Au-delà du capital culturel (musées, sites inscrits et classés « monuments de France », festivals), la SCET propose d'y adjoindre le capital naturel (présence d'un massif montagneux, du littoral, d'un point d'eau, d'un PNR ou d'une forêt) et le capital gastronomique. Cette définition plurielle du capital touristique, adossée à un exercice de cartographie de ces « capitaux » à l'échelle de l'ensemble des communes françaises, a permis de mettre en évidence des territoires au potentiel touristique « dormant », jouissant de l'ensemble des atouts nécessaires à une offre touristique, mais ne l'ayant que peu exploité du fait de difficultés structurelles de mise en tourisme (accessibilité, densité d'hébergement ou de commerces, etc.).

En Région Auvergne-Rhône-Alpes, l'analyse a permis de mettre en évidence de fortes disparités de mise en tourisme entre l'est et l'ouest du territoire. L'essentiel de la fréquentation touristique se concentre dans l'ex-région Rhône-Alpes, alors même que le territoire pourrait capitaliser sur un patrimoine naturel et gastronomique particulièrement riche dans le Cantal et le Puy-de-Dôme. À titre d'exemple, si le *continuum* de communes de Lanobre, Beaulieu et Chaudes-Aigues présente un potentiel touristique important grâce à un capital naturel riche (PNR des Volcans d'Auvergne et de l'Aubrac notamment), un capital culturel développé (châteaux de Montvallat et de Val par exemple), un capital gastronomique reconnu (Cantal, Saint-Nectaire, etc.) et ses stations thermales, il n'en demeure pas moins confronté à des difficultés structurelles de mise en tourisme. Il existe en effet des problématiques liées à une accessibilité ferroviaire faible (aucun accès en TGV), un taux de fonction touristique contrasté (70 unités pour 100 habitants aux alentours de Mont-Dore et moins de 30 à Chaudes-Aigues) ainsi qu'une faible densité commerciale.

La concentration temporelle et spatiale de la fréquentation touristique, que l'étude de la SCET pour l'ANCT s'est attachée à objectiver, invite ainsi les acteurs du tourisme à repenser les modèles de développement touristique et les flux induits à l'aune de leurs impacts sur les territoires et l'environnement.

(1) Du moins, avant la crise sanitaire liée à la Covid-19

(2) DGE (2018), *Memento du Tourisme*

(3) DGE (2016), *Les quatre saisons du tourisme des Français : une moindre concentration géographique en demi-saison*

(4) La SCET est une société de conseils aux acteurs du développement territorial, filiale de la Caisse des Dépôts. Elle intervient notamment sur l'ensemble de la chaîne de valeur du tourisme, depuis la stratégie (schémas touristiques des collectivités et structuration des filières) jusqu'au développement opérationnel (aménagement, financement, création de structures, etc.). Considérant la forte atomisation du secteur touristique, sa connaissance des enjeux à chaque échelle lui permet de faire coïncider les réflexions sur les politiques publiques du secteur avec une vision de « terrain » territorialisée. En complément, la SCET réalise également des évaluations socio-économiques permettant d'objectiver les impacts environnementaux, sociaux et économiques générés par le tourisme.

La création de la zone de protection d'habitats naturels du Mont-Blanc

Jean-Marc Peilleux, Maire de Saint-Gervais-les-Bains

Depuis des décennies, l'ascension du Mont-Blanc s'est peu à peu démocratisée. Une évolution du public a donc été observée, passant de professionnels passionnés à des *alpi-touristes*, aujourd'hui majoritaires. Le Mont-Blanc attire ainsi plus de 20 000 alpinistes chaque année, dépassant son seuil de surféquentation. Le site, particulièrement fragile, fait ainsi face à de nombreuses pressions liées au tourisme : piétinement, pollution par les déchets, pollution sonore, etc.

L'économie du territoire étant fortement dépendante de l'image que renvoie l'alpinisme, la commune de Saint-Gervais a engagé un travail de fond sur ce sujet depuis de nombreuses années. Dès 2003, la commune lance la campagne *La montagne à l'état pur* « pour ne laisser dans la montagne que la trace de nos pas » afin de sensibiliser l'opinion publique à la fragilité du massif du Mont-Blanc et à la nécessité de protéger ce site naturel prestigieux. En 2013, une première étape est gagnée avec l'interdiction de camping sauvage sur les voies d'accès au Mont-Blanc. Durant l'été 2019, le nouveau dispositif obligeant les candidats à l'ascension du sommet à réserver nominativement leur place dans les refuges de la voie royale est une autre avancée pour lutter contre les dérives de certaines personnes irrespectueuses et contrôler la fréquentation. Toutefois, face à l'inertie de la situation, une lettre ouverte a été rédigée en septembre 2019 au Président de la République Emmanuel Macron, déplorant qu'« aucun dispositif législatif et réglementaire ne puisse empêcher les délires des inconscients ».

Emmanuel Macron s'est pleinement saisi du dossier puisque, conscient de la fragilisation de l'écosystème du massif du Mont-Blanc, il s'est déplacé à Saint-Gervais en

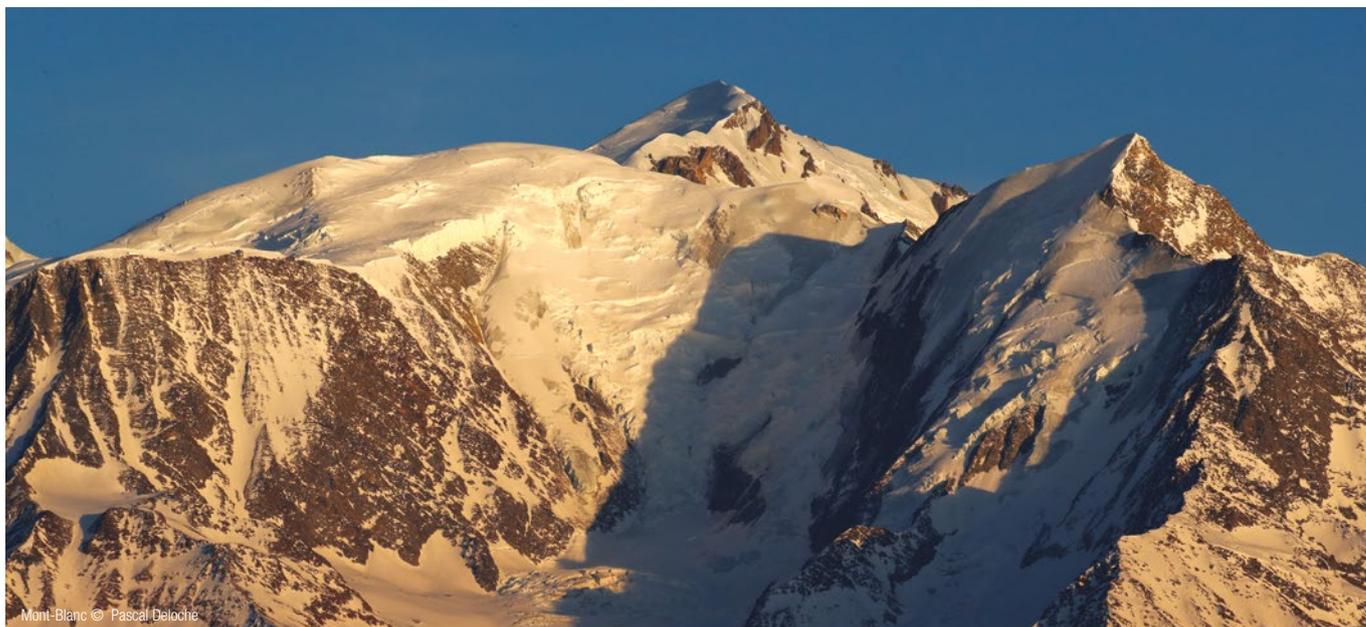
février 2020 pour annoncer la création d'une aire protégée autour du sommet de 4 808 mètres. Le préfet de la Haute-Savoie a ensuite confirmé la création de la zone de protection d'habitats naturels du Mont-Blanc pour en réglementer l'accès et les usages, à travers un arrêté publié le 1^{er} octobre 2020. Il est par exemple interdit « de pratiquer toute autre activité que l'alpinisme, l'enchaînement alpinisme-parapente ou le ski-alpinisme », « de pénétrer avec tout type de véhicules » ou « d'abandonner des résidus déchets ».

Des dispositions concernent plus précisément la biodiversité. Il est ainsi interdit :

- « De détruire, d'arracher, de mutiler ou d'introduire d'une manière ou d'une autre toute espèce de végétaux » ;
- « De détruire, d'enlever ou d'introduire toutes espèces d'animaux, quel qu'en soit leur stade de développement, ainsi que leurs nids ou refuges ».

Sur le terrain, la brigade blanche de Saint-Gervais permet de contrôler la fréquentation du site en parfaite collaboration avec les gendarmes qui y sont aussi présents. Grâce à l'arrêté portant création d'une zone de protection d'habitats naturels (APHN), des agents de l'Office français de la biodiversité (OFB) sont également disponibles pour sensibiliser les usagers et veiller à ce que les règles soient appliquées.

Si le Mont-Blanc fait aujourd'hui l'objet d'une protection réglementaire, il est toutefois regrettable de constater qu'elle dépende de l'action directe du Président de la République : il serait pertinent que la réglementation évolue pour permettre la multiplication des outils de préservation des espaces touristiques particuliers.



Mont-Blanc © Pascal Deloche

→ importants sur les écosystèmes, l'image du site, tout en augmentant drastiquement les coûts d'entretien et de surveillance. Dans le cas du tourisme, les destinations peuvent mobiliser de nombreux leviers (Tableau 3).

Tableau 3 : Leviers pour la mise en place d'une stratégie de démarketing (source : auteurs)

Promotion	Cesser la promotion ou promouvoir des sites peu engorgés
Prix	Élever le prix pour réguler la fréquentation
Produit	Appliquer des contraintes sur le produit, comme des quotas ou des plages de visite
Place	Proscrire la géolocalisation ou invisibiliser certains sites fragiles des cartes

Mettre l'accent sur la démocratisation du tourisme durable

Si la lutte contre la surfréquentation peut servir d'argument à une montée en gamme pour limiter le nombre de touristes, elle pose néanmoins la question de la démocratisation du tourisme. Pour pouvoir porter ses fruits et constituer un mouvement d'ensemble, le tourisme durable doit pouvoir être démocratisé dans une ampleur similaire aux dynamiques initiées dans les années 1960. Par exemple, il est important que les produits de voyage décarbonés ne soient pas uniquement proposés aux « grands voyageurs » (voyageurs expérimentés, autonomes, aventuriers) ou au tourisme d'affaires, et puissent concerner tout type de séjours. Pour ancrer cette démocratisation, deux leviers majeurs sont disponibles (François, 2004) :

- Minimiser les impacts des structures (hébergement, restauration, transport, etc.) accueillant le public ;
- Faire évoluer les pratiques du tourisme (mobilité douce, écotourisme, proximité, inter-saisons, etc.).

Afin de garantir la durabilité du tourisme dit « social », il est également possible de s'appuyer sur les structures qui portent cet engagement. L'Union nationale des centres sportifs de plein air (UCPA) a ainsi intégré un volet environnemental à ses missions et s'attache désormais à proposer des séjours écotouristiques abordables et tout public. La présence de ces organismes pour faciliter les séjours des plus modestes, devenus de véritables opérateurs touristiques, est une particularité française (CNT, 2010). Notamment, 19% de la population bénéficient d'aides au départ (chèques vacances, aides de la CAF ou des comités d'entreprises).

Les entreprises (dans le cadre des comités d'entreprises) et les acteurs publics (dans le cadre des prestations sociales) sont également des acteurs importants, qui pourraient diversifier leurs offres vers davantage de durabilité et des actions de sensibilisation.

Les mobilités douces : enjeux écologiques et opportunités économiques

À l'heure actuelle, les comportements et préférences des touristes internationaux ne sont pas forcément favorables à la biodiversité. Avec 30% de voyages en avion, leur bilan carbone s'avère plus lourd que celui des résidents nationaux. Dans une enquête annuelle Ipsos (Baumlin et Duhautois, 2019), la tendance vers des vacances plus « nature » s'affirme en particulier chez les européens, avec une part croissante de vacanciers attirés par la montagne (20%, +2 pts) et la campagne (22%, +3pts). Pour des raisons culturelles, cette population (en provenance d'Allemagne, de Belgique, du Royaume-Uni) figure parmi les plus sensibles à son impact environnemental, et est donc à la fois une force de changement tout comme une garantie de son succès. Alors que le trafic aérien pourrait doubler en volume de passagers d'ici 2035 (passant de 3,8 à 7,2 milliards de personnes) (OCDE,

2018), des alternatives à l'avion ou à la voiture individuelle sont plus que jamais nécessaires pour permettre un tourisme désirable, pratique et bas carbone. Dès lors, le transport ferroviaire (et en particulier le retour des trains de nuit et la baisse des prix des trains) pourrait être un axe de développement important au niveau européen. Le projet de loi Climat et Résilience va également dans ce sens en interdisant les vols nationaux possédant une alternative ferroviaire d'une durée inférieure à 2h30⁽⁵⁾.

La mobilité peut même devenir une activité touristique en soi, à l'image du cyclotourisme par exemple. Le tourisme à vélo représentait déjà un chiffre d'affaires de 1,9 milliard d'euros et 9 millions de séjours touristiques en 2012, et est l'une des filières les plus dynamiques du marché touristique, faisant de la France la deuxième destination d'Europe pour cette activité. Des itinéraires comme la *Loire à vélo*, la *Vélodyssée (Côte Atlantique)*, ou encore la piste multimodale « *Avenue Verte* » qui relie Paris à Londres connaissent un engouement record. Par exemple, la *Loire à vélo* a vu sa fréquentation augmenter de 52% entre 2010 et 2015. Ce nouveau produit bénéficie du portail « France Vélo Tourisme » pour sa promotion. Dans son rapport dédié à l'évaluation des externalités des mobilités touristiques, l'ADEME conclut ainsi que « *Le développement des transports en commun (pour les longues distances origine destination et les déplacements sur place) est un levier essentiel qui permettrait de diminuer d'environ 40 % le niveau des externalités avec des réductions significatives des externalités négatives* » (ADEME, 2020).

La randonnée est également en plein essor, avec une augmentation de 25% du nombre de séjours avec randonnée entre 2009 et 2019. Il s'agit ainsi de la première

(5) Bien que les citoyens de la Convention Citoyenne pour le Climat avaient proposé cette mesure pour les trajets de moins de 4h.

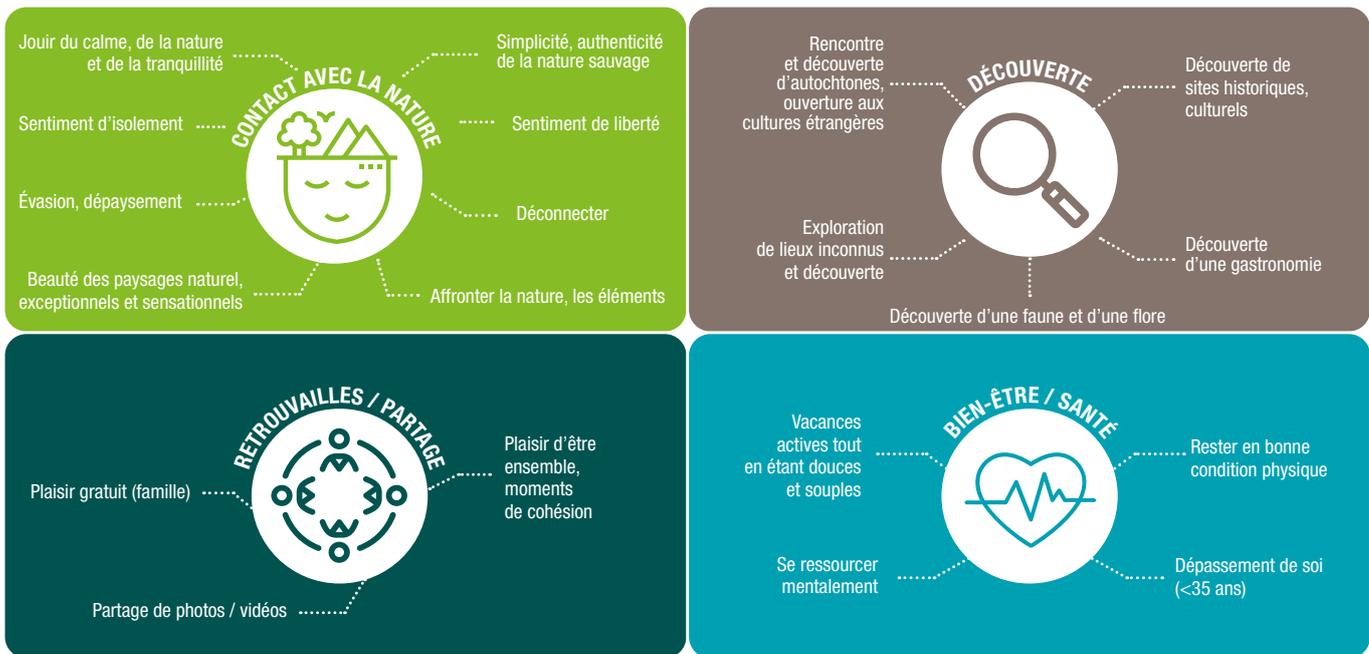


Figure 10 : Les motivations des randonneurs (Atout France, 2019b)

Tableau 4 : Pistes d'action pour développer la randonnée pédestre en France (Atout France, 2019b)

OPTIMISER LA QUALITÉ ET LA FLUIDITÉ DE L'EXPÉRIENCE TOURISTIQUE DES RANDONNEURS	→ Être irréprochable sur la qualité et la sécurité du réseau de sentiers	<ul style="list-style-type: none"> • Améliorer la qualité du balisage • Travailler sur la propreté et entretien des sentiers • Privilégier des sentiers à l'état naturel et de faible largeur • Travailler sur la prévention face aux risques naturels
	→ Diversifier et personnaliser les offres pour s'adapter à tous les randonneurs	<ul style="list-style-type: none"> • Diversifier les pratiques (durées, dénivelés, etc.) • Rendre accessible la diversité des espaces naturels • Améliorer la corrélation entre randonnée « de proximité » et la pratique en séjour touristique
	→ Optimiser la qualité et la typicité de l'offre d'hébergement	<ul style="list-style-type: none"> • Valoriser une offre typique et emblématique du territoire (architecture, mobilier, décoration, restauration)
	→ Développer la chaîne de services à chaque étape du parcours client	<ul style="list-style-type: none"> • Développer l'accès à des points de départ par des transports en commun • Améliorer les services au départ et à l'arrivée des randonnées • Développer l'offre de transport de bagages d'un point à l'autre • Créer un service de réservation centralisé pour les randonnées itinérantes
	→ Innover pour offrir une expérience de randonnée unique et mémorable	<ul style="list-style-type: none"> • Créer des outils pour comprendre le patrimoine naturel et culturel local • Améliorer l'association de la randonnée avec d'autres activités (culture, loisirs, etc.) • Développer les randonnées dans des lieux insolites (milieu urbain, etc.) • Utiliser les outils numériques
PROMOUVOIR L'OFFRE DE RANDONNÉE DE LA DESTINATION FRANCE	→ Capitaliser sur les atouts emblématiques et reconnus de la destination France	<ul style="list-style-type: none"> • Valoriser la diversité des paysages français
	→ Décliner les messages en fonction des cibles de clientèles	<ul style="list-style-type: none"> • Segmenter selon les randonneurs sportifs, les randonneurs hédonistes et les randonneurs détente
	→ Se différencier en développant le « storytelling » autour des offres	<ul style="list-style-type: none"> • Fonder la communication sur une histoire commune ou un patrimoine fédérateur
	→ Développer des actions de promotion ciblant spécifiquement les professionnels étrangers	<ul style="list-style-type: none"> • Développer des actions de promotion BtoB auprès des tour-opérateurs
AMÉLIORER L'INFORMATION DES RANDONNEURS	→ Une information exhaustive, accessible et personnalisée sur le web	
	→ Adapter la carte aux nouvelles pratiques	
	→ Former les personnels des Offices de Tourisme à conseiller les randonneurs	
FAVORISER LA MUTUALISATION	→ Identifier les parties prenantes	
	→ Fédérer les parties prenantes autour d'un projet « randonnée pédestre »	
	→ Mutualiser la promotion	

→ activité sportive pratiquée par les Français en vacances. Cet essor reflète l'aspiration pour le bien-être et la santé⁽⁶⁾, la quête d'émotions, le désir de nature, la culture *slow* (Figure 10). La randonnée répond pleinement aux enjeux de la préservation de la biodiversité, en participant à la découverte d'espaces naturels (et à leur protection) et à la répartition des flux (Atout France, 2019b). C'est également une activité qui va dans le sens d'un tourisme social étant donné son faible coût. Néanmoins, Atout France (2019b) met en avant un certain nombre de solutions pour améliorer la visibilité et la satisfaction liée à la destination France (Tableau 4).

Les avantages de la mobilité douce comparés aux mobilités traditionnelles sont sans appel : le piétinement reste moins dommageable et invasif que le béton, qui imperméabilise le sol, et le bilan carbone est grandement réduit. Le vélo et la marche, en tant que mobilités individuelles, en opposition aux transports en commun, ont d'ailleurs pour avantage de rompre radicalement avec les mobilités du quotidien (i.e du temps de travail) et donc sont susceptibles d'attirer les urbains pour leurs vacances et les loisirs.

Mettre la conservation et le tourisme de nature au cœur de l'offre

Si l'écotourisme ne représente pour le moment que 2% de l'ensemble du secteur touristique, il connaît une croissance de 10 à 20% chaque année contre 5% pour l'ensemble du marché (MAEDI, 2014, PNUE, 2002). Dans l'absolu, la complémentarité entre développement de l'écotourisme et transition durable de l'ensemble de la filière sera la condition nécessaire permettant de concilier fréquentation et préservation du vivant.

Si on totalise cette fois les fréquentations d'une plus grande variété d'espaces protégés, on prend conscience du poids significatif du patrimoine naturel⁽⁷⁾ :

- 10 millions de visiteurs par an répartis dans 349 réserves naturelles ;
- 40 millions de visiteurs par an pour les terrains du Conservatoire du littoral ;
- 6 millions de visiteurs dans les sites gérés par les Conservatoires d'espaces naturels.

D'après Guingand et Quintrie-Lamothe (2012), la croissance mondiale de l'écotourisme est estimée à 20 % par an, soit 6 fois le taux de croissance de l'industrie touristique, c'est pourquoi elle est susceptible d'encourager *in fine* la conservation des écosystèmes tout en augmentant les recettes touristiques. Par ailleurs, avec une croissance de leur fréquentation de 42% entre 2011 et 2018, les parcs nationaux sont des destinations de plus en plus prisées (Sénat, 2019).

En 2018, la France se classait seulement 35^e au monde parmi les destinations de l'écotourisme, d'après le Global wildlife travel index⁽⁸⁾, qui prenait en compte des critères liés au nombre de parcs nationaux, à la biodiversité, au risque de disparition des espèces rares, aux efforts faits par les États pour préserver la nature, etc. Ce classement est notamment dû au fait que la diversité spécifique est moins importante en France métropolitaine que dans d'autres pays. Toutefois d'après le Global wildlife travel index, en 2019 cette fois-ci, la France se classait en 15^e position grâce à l'intégration de critères environnementaux dans l'évaluation.

Les Parcs Nationaux et Parcs Naturels Régionaux : des destinations à valoriser

Les 11 Parcs Nationaux (protection réglementaire) et les 56 Parcs naturels régionaux (protection contractuelle) réunissent de nombreuses conditions pour incarner un tourisme pour tous, favorable à la biodiversité, fruit d'une gestion concertée et économiquement dynamique. Ils maillent avec régularité le territoire national, une distribution qui optimise leur accessibilité et qui éclaire leur succès quelle que soit la saison. Ces aires protégées sont ainsi des éléments structurants de l'offre touristique de nature en France.

Les bénéfices écologiques induits par les PNR sont nombreux. D'après une étude menée par le CGDD en 2014, les terres artificialisées sont deux fois moins présentes dans le réseau qu'ailleurs et la dynamique d'artificialisation entre 2000 et 2006 y a été près de trois fois moins forte⁽⁹⁾. Les espaces naturels occupent près des trois quarts du territoire des parcs métropolitains (pour 72% de leur surface) contre 50% dans la moyenne nationale. La part globalement plus élevée de Zones naturelles d'intérêt écologique, faunistique et floristique (Znieff), qui couvre 43% de la surface totale des PNR (contre 15% en moyenne en France), témoigne de la richesse de la biodiversité qui y est présente. Les surfaces d'aires protégées sont proportionnellement plus importantes dans le réseau qu'ailleurs, notamment les réserves naturelles et les sites Ramsar (zones humides d'importance internationale) qui sont particulièrement représentés dans les territoires de PNR. Par exemple, les communes littorales des parcs se distinguent très nettement, avec 46% de leur territoire inclus dans le réseau Natura 2000, contre 19% dans les communes littorales hors PNR. D'autre part, 62% de la surface agricole utile (SAU) est exempte de tout traitement

(6) Impacts positifs des activités sportives en pleine nature sur la santé humaine : bien-être, réduction du stress, amélioration de la concentration, lutte contre le surpoids, etc. (CDC Biodiversité et Fondation Rovaltain, 2019).

(7) Par exemple, la fréquentation totale des musées en France s'élève à environ 67 millions d'entrées en 2018.

(8) Parmi les 10 premiers au classement : les États-Unis, le Venezuela, le Brésil, la Thaïlande, la Tanzanie, la Colombie, la Croatie, le Mexique, l'Australie et le Canada.

(9) Le gain net de terres artificialisées entre 2000 et 2006, rapporté à la surface totale du territoire, n'était que de 0,06 % dans les parcs métropolitains alors qu'il est 2,8 fois plus important hors des PNR (0,16 %) (CGDD, 2014).

phytosanitaire, contre 39% dans la moyenne métropolitaine, avec de vastes surfaces en prairies.

Du point de vue de la consommation alimentaire, des pratiques plus durables sont promues, comme la vente en circuits courts, qui concerne plus d'une exploitation sur cinq (CGDD, 2014). En privilégiant les circuits courts, les PNR permettent donc aux agriculteurs et artisans de diversifier leur activité, une dynamique rendue possible par le tourisme, qui constitue l'alternative la plus plébiscitée (hébergement, puis restauration).

Outre ces données générales, les PNR répondent à l'objectif de régulation des flux au cœur du tourisme durable : dans les zones rurales, ils assurent un dynamisme

économique (taux de chômage plus faible), et dans les zones déjà fortement touristiques comme le littoral et la montagne, ils garantissent des mesures de conservation tout en promouvant un tourisme alternatif. En l'occurrence, la part des communes littorales des PNR reconnues pour leur intérêt écologique est significativement supérieure aux autres communes du même type (49% du territoire en ZNIEFF⁽¹⁰⁾ contre 28%).

De fait, ils réussissent la conciliation entre attractivité des aménités paysagères, fréquentation, et préservation de l'environnement. Avec une capacité de plus de 2 millions de lits, la densité touristique⁽¹¹⁾ est globalement plus faible

(10) Zone naturelle d'intérêt écologique, faunistique et floristique

(11) Nombre de lits au km²

dans les PNR que dans le reste du territoire, et particulièrement dans les PNR de montagne, ce qui illustre bien le choix d'une gestion régulée de la fréquentation. Cela n'empêche pas un taux élevé de fonction touristique⁽¹²⁾ deux fois plus élevé que dans le reste du territoire, témoin quant à lui de l'importance du secteur pour les PNR.

Concernant les Parcs nationaux, ceux-ci sont également en mesure de mettre en place un éventail large de mécanismes de financement additionnels (Figure 11). On compte notamment :

- Le mécénat (soutien financier, mécénat de compétences, mécénat de nature), avec l'exemple du partenariat entre GMF

(12) Rapport entre le nombre de lits touristiques et la population résidente

Le programme Récif'Lab au sein de l'Aire Marine Protégée de la côte agathoise

Mélissa Trougan, Chargée de mission milieu marin, Ville d'Agde

Accolée à une des plus grandes stations balnéaires d'Europe et à un port de plaisance, l'Aire Marine Protégée (AMP) de la côte agathoise, site Natura 2000 marin « Posidonies du Cap d'Agde », est gérée par la ville d'Agde. Ce site marin a fait de la restauration écologique une de ses priorités pour faire face aux pressions anthropiques, notamment en période estivale durant laquelle la population est multipliée par six.

C'est dans ce cadre-là que le programme Récif'Lab a vu le jour, porté par la ville d'Agde et financé par un Programme d'investissements d'avenir de l'ADEME, l'Agence de l'Eau RMC et la Région Occitanie. Proposant plusieurs actions à l'intérieur du port, sur la côte et vers le large, ce programme Récif'Lab a pour but de restaurer des fonctionnalités écologiques en exploitant les potentialités de création de nurseries au sein d'ouvrages maritimes grâce à des procédés technologiques innovants. Ont ainsi été créés un ponton flottant éco-conçu et des lests pour le balisage et pour l'amarrage des bateaux, tous équipés de micro-habitats appropriés aux juvéniles de poissons. Des quais existants du port du Cap d'Agde ont aussi fait l'objet d'une optimisation, en leur ajoutant cette fonction de nurserie. Vers le large, ce programme a pour but courant 2021 de délester les habitats naturels et sensibles de type coralligène de l'activité de plongée sous-marine, vers un site de plongée ludique (composé d'un grand récif artificiel et d'un village de petits récifs artificiels autour) créé de toutes pièces.

Dans le cadre du site de plongée ludique, le dialogue constant avec les centres professionnels et associations de plongée locaux était l'une des clés de réussite de ce projet et de son acceptabilité. Au regard de la sensibilité de l'habitat coralligène et des dégâts involontaires dont est parfois responsable cette activité, l'idée d'une régulation des sorties à la faveur d'un site de plongée artificiel ludique a reçu un écho local favorable. Présents dès le début de la réflexion sur le récif artificiel, les représentants de clubs ont ainsi pu directement donner leurs attentes quant à la zone d'immersion, sa dimension, sa forme, ou encore les modalités futures de fréquentation, proposant même la réflexion sur la mise en place d'un planning d'accessibilité du village de plongée.

À terme, les centres de plongée et les acteurs du tourisme de la station balnéaire du Cap d'Agde pourront valoriser la présence du village de récifs artificiels dans leur offre touristique. Dans une logique de conciliation plutôt que d'interdiction, le site de plongée artificiel permettra de réduire la pression sur le coralligène en la déportant, de préserver durablement l'attractivité des sites naturels et de dynamiser économiquement le territoire par l'activité de plongée sous-marine. Si le coût d'un tel dispositif (environ 750 000€) peut représenter un frein, il est à mettre en regard des frais engendrés pour restaurer des sites de plongées dégradés par des pratiques non régulées. De plus, il est important de considérer les nouvelles attentes touristiques, orientées vers le besoin de préservation et de respect des écosystèmes.

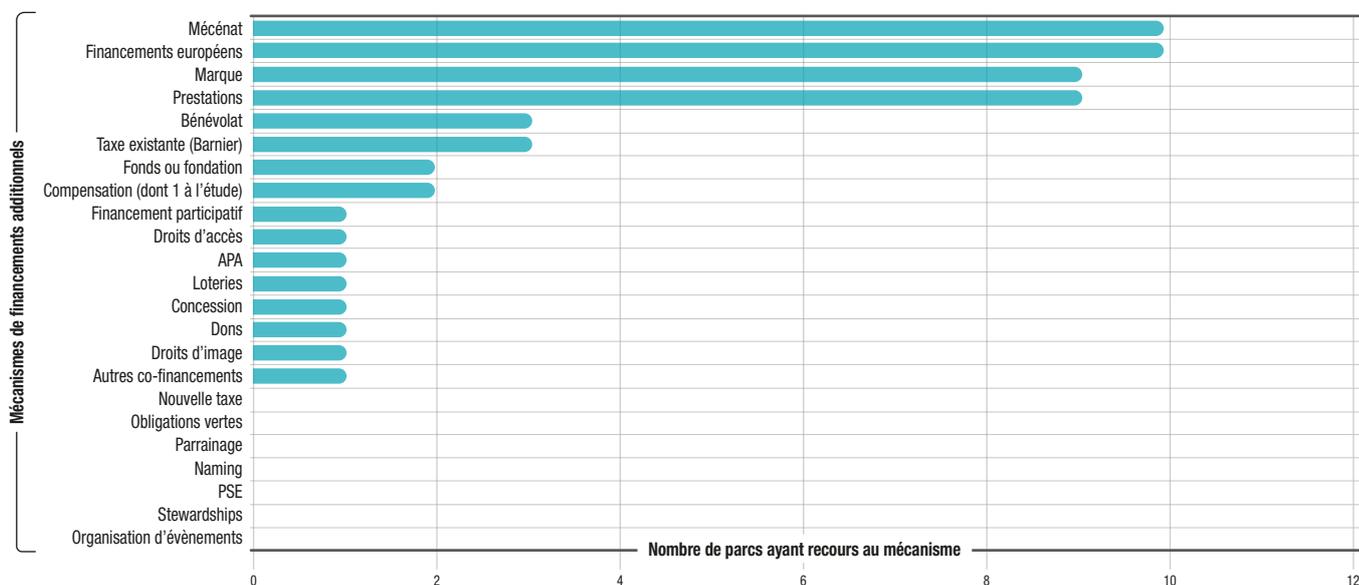


Figure 11 : État des lieux du déploiement actuel des mécanismes de financement additionnels sur les parcs nationaux français (source : CGDD, 2018)

Utilisation des revenus des parcs nationaux pour leur conservation et leur mise en valeur : l'exemple de la Sépaq

Au Québec, la Sépaq (société d'État à vocation commerciale) bénéficie d'une délégation de mandat par le ministère de la Forêt, de la Faune et des Parcs, pour la gestion de 46 établissements dont 23 parcs nationaux : conservation des territoires, maintien des actifs, gestion et développement de l'offre d'activités et de services, surveillance, communication et collaboration externes.

Les revenus générés dans les parcs nationaux sont gérés par la Sépaq, qui investit ultérieurement dans la conservation des sites et dans leur mise en valeur. Les profits réalisés peuvent également servir à améliorer les infrastructures et les aménagements, ainsi qu'à réhabiliter le patrimoine bâti et les routes.

Les parcs nationaux font l'objet d'un accès réglementé et d'un droit d'entrée (\$9 par personne, soit environ 6€). Ce droit d'entrée représente une part importante des revenus des parcs nationaux (32%), complétés par d'autres activités (12% de villégiature, 26% de camping, 18% de boutiques et locations, etc.).

Étant donné le faible coût de la tarification par rapport à d'autres activités, celle-ci n'a entraîné que peu de problématiques d'acceptabilité, d'autant plus si l'on considère l'amélioration de la qualité des services et des milieux. Dans une logique d'accès à tous de ces espaces, un assouplissement de cette tarification a vu le jour afin de favoriser les

enfants (tarification abolie jusqu'à 17 ans) et certaines municipalités locales (partenariat avec les municipalités pour le financement partiel du pass annuel).

Depuis le début des années 2000, on observe une constante augmentation de la fréquentation, notamment grâce à l'amélioration de l'offre et au marketing. Ce changement de modèle a relancé l'engouement pour les parcs nationaux, accompagné d'une meilleure préservation des espaces et d'efforts de sensibilisation accrus.

Cette augmentation de fréquentation a amené à une augmentation de revenu. Cependant, un accroissement des revenus n'est pas forcément synonyme d'une augmentation de la marge financière (en raison de l'augmentation des dépenses d'entretien par exemple). Le défi aujourd'hui est d'identifier les activités qui contribuent davantage à générer des profits, afin de pouvoir les investir ultérieurement dans la conservation de la nature et du patrimoine. Bien que le dynamisme économique soit important, il est également nécessaire de prendre en compte le bien-être humain et la valorisation des territoires, ainsi que la valeur des services écosystémiques fournis par les parcs nationaux.

Si les systèmes québécois et français sont drastiquement différents, l'exemple québécois peut servir d'inspiration pour le cas français, à la croisée des enjeux économiques, sociaux et environnementaux.

La marque Esprit parc national

Laurence Chabanis, Chargée de mission tourisme (OFB)

Les parcs nationaux (PN) de France sont des espaces naturels protégés d'exception, terrestres et maritimes. Gratuits et accessibles à tous, ils attirent chaque année plus de 8 millions de visiteurs.

Lancée en 2015, la marque collective *Esprit parc national*, propriété de l'Office français de la biodiversité (OFB), se décline dans 10 PN. Elle a pour ambition de fédérer les acteurs économiques au sein de chaque PN en valorisant leurs produits et services, tout en sensibilisant les visiteurs à la préservation de l'environnement par le biais de l'acte de consommation. Chaque acteur, via un contrat de 5 ans avec le PN, s'engage à respecter un règlement d'usage pour son ou ses produits. Chaque règlement d'usage par filière est constitué d'un socle de critères communs à tous les PN, et fixe un seuil d'exigence comme gage de confiance et de respect environnemental, tout en s'adaptant à la diversité des situations de chaque PN et à l'état d'avancement de leur engagement en matière d'éco-tourisme. À ce jour, *Esprit parc national* implique près de 600 bénéficiaires qui valorisent plus de 1 100 produits ou services.

Objectifs et gouvernance du projet

Esprit parc national est à l'origine de nombreux bienfaits pour les différents acteurs :

- Pour le PN, elle est un outil innovant en faveur du dynamisme et de la valorisation des acteurs économiques qui travaillent en son sein ;
- Les professionnels deviennent quant à eux les relais de messages de sensibilisation au plus près du public, tout en bénéficiant de l'accompagnement du gestionnaire dans la mise en place de leur offre et sa visibilité.

- Les visiteurs ont accès à des choix de séjour, de sorties de découverte, de visites et de produits proposés par des professionnels engagés.

Le mot d'ordre de la marque reflète les principes qu'il porte : « *Pour chaque professionnel, la marque Esprit parc national est un signe d'appartenance, et pour chaque consommateur, un signe de reconnaissance et d'achat responsable* ». La marque permet de concilier activités économiques et enjeux écologiques, y compris dans les zones de protection stricte situées en cœur de PN.

La marque se décline en différents règlements d'usage, adaptés à chacune des filières qu'elle soutient :

- Produits (origine, production, mobilité, déchets) ;
- Sensibilisation (mission d'ouverture au public) ;
- Cadre de vie (tissu économique local, paysages et circuits courts).

Aujourd'hui, cette démarche volontaire rencontre un certain succès chez les visiteurs comme chez les professionnels. Pour accompagner un nombre croissant d'entreprises et en particulier celles dont le modèle est encore éloigné des standards requis, les PN organisent des formations réunissant adhérents et candidats afin de partager les bonnes pratiques. Un accompagnement à la définition du plan d'action peut également être proposé. Dans le Parc national des Cévennes par exemple, 10% des entreprises touristiques portent déjà la marque, et le fort taux de renouvellement des adhésions témoigne de la plus-value qu'elle représente pour ces acteurs.

La marque *Esprit parc national* permet ainsi le développement d'un éco-tourisme en phase avec les valeurs de ces aires protégées et porteur pour le dynamisme économique de ses professionnels.



Tétras-lyre (*Lyrurus tetrix*) en parade, piste de ski de la Tomba, station de Val Cenis, commune de Lanslebourg Val Cenis (PNV AOA) - Programme POIA Birdski © Parc national de la Vanoise - Thierry Fairve

et les Parcs Nationaux de France pour faciliter l'accès aux espaces naturels pour les personnes en situation de handicap notamment ;

- Les financements européens (Life, FEDER, FEADER notamment) ;
- L'exploitation d'une marque (Cf. Encart « Esprit Parc National ») ;
- Prestations diverses (boutique, boutique en ligne, visites guidées, etc.).

De la biodiversité remarquable à la biodiversité ordinaire

La plupart du temps, les acteurs choisissent de financer seulement les espèces ou espaces qui supportent leurs activités. Cela rejoint le principe en biologie de la conservation des « espèces porte-drapeau », qui consiste à mettre en valeur une espèce particulière, le plus souvent charismatique, afin de maximiser les potentiels de soutien. Il s'agit d'une stratégie efficace en termes de sensibilisation, de médiatisation et de levée de fonds, mais qui peut présenter des résultats limités d'un point de vue scientifique puisqu'elle ne se concentre que sur une seule espèce dont le rôle dans l'écosystème n'est pas forcément primordial pour sa stabilité.

Pour tendre vers un tourisme de nature bénéfique à la biodiversité, toutes les espèces doivent pouvoir être valorisées par les stratégies de préservation. Au-delà des espèces emblématiques d'un territoire (ours des Pyrénées, phoque de la baie de Somme, etc.), il est primordial de mettre l'accent sur la biodiversité ordinaire et d'exprimer son rôle pour la fonctionnalité des écosystèmes, le maintien des paysages et la préservation de la diversité spécifique et génétique.

Il a été démontré que la biodiversité ordinaire est le plus souvent associée pour les visiteurs à des valeurs de bien-être, d'esthétisme du paysage et d'identité territoriale, autant d'éléments qui peuvent porter une stratégie de destination (Di Minin *et al.*, 2016). Il a également été

mis en évidence que plus un touriste est sensibilisé à l'environnement, plus il s'intéresse à la biodiversité ordinaire (Hausmann *et al.*, 2015) ; c'est pourquoi la biodiversité ordinaire s'apprécie au-delà du cadre des aires protégées. Par ailleurs, les touristes nationaux ont tendance à préférer les écosystèmes locaux (comme la montagne, la forêt) et à privilégier les activités qui mettent en avant un sens d'appartenance au sauvage (Chung *et al.*, 2018). Cette valorisation répond donc à la fois à des objectifs de préservation, de décongestion des aires protégées, de répartition homogène des sites d'intérêts touristiques tout comme des recettes qui en découlent.

Pour un tourisme de proximité et du quotidien, moteur de la sensibilisation à la biodiversité

L'engouement pour le tourisme de proximité et le désir de nature va faire émerger de nouveaux espaces touristiques, plus diffus et homogènement distribués, à l'image du tourisme rural. Ils peuvent présenter de nombreux avantages (Tableau 5, ci-dessous).

Les campagnes françaises peuvent constituer des pôles d'attractivités importants et enregistrent ainsi sur l'année près d'un tiers des nuitées sans souffrir de forts pics saisonniers. Ce tourisme de proximité, homogène dans le temps, joue

un vrai rôle dans le maintien des petits commerces par exemple. Par la spécificité des paysages et des cultures locales, le tourisme de proximité permet également des recettes économiques éparses mais significatives. Les activités privilégiées sont relatives à des formes de découverte et de bien-être par le déplacement (activités itinérantes donc) : randonnée, balade à vélo, balade en forêt, baignade au lac, etc. Ces espaces jouent un rôle important dans la reconnexion à la nature et le bien-être mental et physique, car ce sont les sites naturels les plus facilement accessibles depuis les villes. Avec près d'un milliard de visites estimées par an dans les forêts, les potentiels de sensibilisation sont proportionnels aux enjeux de gestion de la fréquentation.

Dans les régions vini-viticoles, se développe également une offre d'œnotourisme. De même, la topographie agricole et ses nombreux chemins peuvent servir d'infrastructures douces pour la randonnée. C'est pourquoi l'offre touristique tend à se structurer selon un maillage national plus serré et homogène, une dynamique cohérente et porteuse pour les enjeux de durabilité, tant économiques (égalité entre les territoires) qu'environnementaux (réduction de la concentration saisonnière).

Tableau 5 : Les avantages des tourisms de proximité et du quotidien (source : auteurs)

AVANTAGES	RÉPONSE AUX ENJEUX DE DURABILITÉ
▶ Accessibilité, proximité avec les pôles urbains	▶ Tourisme durable accessible à tous par des mobilités douces
▶ Distribution diffuse et homogène dans les espaces ruraux	▶ Gestion de la fréquentation facilitée, peu de pics démographiques, contrairement au modèle des stations. ▶ Consommation de ressource modérée au niveau local
▶ Multiplicité des activités possibles, notamment en arrière-saison	▶ Diffusion temporelle des flux touristiques et répartition homogène des recettes économiques pour les professionnels
▶ Nombreuses possibilités de reconversion d'infrastructures existantes (chemins agricoles pour la randonnée, séjours chez l'habitant ou à la ferme, etc.)	▶ Limitation de l'artificialisation et facilitation de la reconversion professionnelle ou de compléments d'activités ▶ Valorisation des savoir-faire et soutien aux artisans ▶ Garantie d'authenticité pour le visiteur



© Sargily Zagrodny de Shutterstock

Pour développer ce tourisme de proximité, des alternatives à la voiture sont nécessaires, tout comme des solutions d'intermodalité, pour atteindre sa destination en train ou TER et la visiter à vélo.

En parallèle, de nouveaux concepts de séjours se développent, à l'image des « staycation » (pour « vacances avec nuitées à son lieu de résidence ») et des « nearcation » (pour « vacances dans un environnement proche de celui de son lieu de résidence »). Ils promeuvent la découverte du patrimoine environnant et ont pour avantage de limiter les émissions de GES tout comme les phénomènes de pics de fréquentation et les besoins en aménagements qui en découlent. *In fine*, ces concepts peuvent également permettre une meilleure connaissance de la richesse écologique du territoire et ainsi engager les acteurs en faveur de la préservation du vivant.

La biodiversité : un atout de taille pour les Outre-Mer

Bien que les Outre-Mer concentrent 90% de la diversité spécifique française (catégorie très vaste au vu de la biodiversité spécifique qu'abrite chaque territoire ultra-marin), le manque de prise en compte du vivant dans la planification locale des activités ne la préserve pas suffisamment des menaces que peuvent représenter la surfréquentation et les mauvaises pratiques (nourrissage de poissons et de requins, piétinement des coraux lors des

activités de plongée en palmes/masque/tuba ou en plongée sous-marine). Avec un taux de fonction touristique moins élevé qu'en métropole, les départements ultramarins rassemblent seulement 1% des lits touristiques français (CGDD, 2017). Cette activité figure toutefois comme le 2^e ou 3^e secteur économique de ces territoires. Cela les rends d'autant plus dépendants du tourisme. Attirer les résidents apparaît être un enjeu majeur, pour construire la résilience du secteur notamment en temps de pandémie. Par ailleurs, la diversification du secteur et la protection accrue de la biodiversité est tout autant fondamentale puisqu'elle dépend souvent d'écosystèmes menacés comme les récifs coralliens qui se transforment rapidement (épisodes de blanchiment des coraux par exemple). Aussi, bien que de nombreuses initiatives liées à la biodiversité s'y développent (par exemple l'observation ornithologique), elles ne sont pas ou peu intégrées aux offres par les professionnels du tourisme et leur visibilité demeure faible. Pourtant, le développement d'un écotourisme et d'un tourisme local fondé sur la biodiversité s'avèrerait stratégique sans pour autant surexposer des milieux trop fragiles. D'après Gros-Désormeaux (2012), « *L'avifaune tend à être perçue comme l'une des valeurs les plus sûres de l'écotourisme martiniquais, sur laquelle il devient primordial de mettre l'accent par le biais d'aménagements spécifiques. Or, dans un contexte régional où le maintien et la création d'emplois sont des objectifs prioritaires, la construction*

d'objets patrimoniaux biospatiaux pourrait appuyer le développement économique ». Cela est d'autant plus stratégique que le public est potentiellement déjà disponible pour ce changement de modèle et ces nouvelles pratiques : d'après une enquête menée par le voyageur Harris, 80% des voyageurs étrangers interrogés se disent intéressés par l'écotourisme, tandis que la qualité de l'environnement constitue le second critère le plus important dans le choix de destination de tous les visiteurs confondus (Harris Interactive, 2017). Plus encore, 64% des voyageurs ultramarins interrogés se disent sensibles à l'impact environnemental de leur voyage, un taux plus élevé que pour la métropole, même s'il est important de souligner l'impact carbone de voyageurs provenant de la métropole pour des séjours d'assez courte durée.

L'activité touristique liée aux récifs coralliens concernerait 1 million de visiteurs chaque année et génère une valeur ajoutée totale de 315 millions d'euros par an dans les 9 collectivités françaises insulaires d'outre-mer. Cette activité permet notamment le maintien de 2 800 emplois directs dans le secteur du tourisme (hôtellerie, autres formes d'hébergement, restauration, transport) et des loisirs (promenades en mer, excursions de pêche, plages, ports de plaisance, aérodromes, cercles de jeux, casinos) ainsi que 35 000 emplois indirects dans d'autres secteurs (par exemple la construction ou l'aménagement des hôtels) (CGDD, 2012).

→ Conclusion

Fleurbaey français, le secteur touristique est considéré comme un des secteurs les plus touchés économiquement par la crise sanitaire. Le plan de soutien interministériel engagé courant 2020 avait permis le déblocage de 18 milliards d'euros afin de soutenir son économie et les acteurs qui la composent. Ce seront, selon les propos du Président Emmanuel Macron lors de son intervention à Saint-Cyr-Lapopie le 3 juin 2021, près de 45 milliards d'euros qui auront été engagés sous diverses formes et dans « l'urgence » afin de pallier au contexte difficile et favoriser les conditions d'une reprise.

L'ambition portée par le Président de la République lors de cette intervention est venue renforcer les orientations dessinées par un certain nombre de dispositifs mis en place dans le cadre du Plan de Relance : non pas seulement soutenir, mais aussi transformer conformément à un certain nombre d'aspirations tant sociétales qu'écologiques. C'est dans cette perspective qu'a été lancé le fonds Tourisme Durable, doté de 50 millions d'euros et piloté par l'Ademe. Il vise à l'accompagnement d'un certain nombre d'acteurs en couvrant une partie des coûts liés à la transition du modèle, l'émergence et la maturation de projets de tourisme durable. C'était également

dans cette perspective qu'avait été lancée la consultation citoyenne en ligne sur le thème du tourisme responsable. Ayant fait l'objet d'une très large mobilisation (près de 50 000 participants), cette initiative issue d'un collectif de membres du Comité de filière tourisme (Atout France, la FNHPA, la Banque des territoires, etc.) a vu l'identification d'une thématique particulièrement plébiscitée : celle de la nature et de la biodiversité (avec 27% des propositions de la consultation s'y rattachant).

Le Plan Reconquête et Transformation du Tourisme, annoncé lors de l'intervention susmentionnée d'Emmanuel Macron envisage à ce titre la valorisation du patrimoine naturel et la structuration d'une véritable stratégie de tourisme vert. Si d'autres leviers ont aussi été mentionnés tels que la formation, la montée en qualité de l'offre, l'investissement dans les infrastructures et la numérisation du secteur ; il semble tout à fait fondamental que la question de la préservation de la biodiversité puisse y jouer le rôle transversal et de premier plan que lui ont réservé les résultats de la consultation citoyenne consacrée au tourisme responsable.

Les ambitions affichées aujourd'hui pour garder la France au rang de première destination mondiale, et même de première destination de tourisme

durable, viennent renforcer la nécessaire prise en compte de cet enjeu environnemental. La préservation et la conservation, aussi bien que la transformation du secteur ainsi que la déconcentration et désaisonnalisation des flux devront jouer un rôle majeur dans un secteur d'autant plus exposé qu'il affiche de telles ambitions. Si l'on fait souvent de la destination France une destination riche de sa diversité de ressources, paysages et terroirs si particuliers ; une destination riche de la diversité de son offre (tourisme urbain et tourisme rural, tourisme balnéaire, tourisme de montagne etc.), l'infléchissement de son modèle ne peut se suffire de la diversification d'une offre à la faveur de nouveaux imaginaires (tourisme de proximité, éco-tourisme etc.). Il ne s'agit pas là de déconsidérer la valeur de ces imaginaires et des potentiels économiques qu'ils revêtent, mais bien d'affirmer encore une fois que c'est une démarche systémique qu'il faut engager. Celle-ci s'enrichira à l'évidence des phénomènes d'innovations mais elle doit se penser avant tout grâce à la planification de sa recomposition spatiale.

Il faut espérer à ce titre, que l'impulsion politique permise par le Plan Reconquête et Transformation ne demeure pas un vœu pieu. ■

CDC BIODIVERSITÉ



CDC Biodiversité est une filiale de la Caisse des Dépôts entièrement dédiée à l'action en faveur de la biodiversité et à sa gestion pérenne. Elle intervient pour le compte de tout maître d'ouvrage, collectivité et entreprise, qui lui délègue le pilotage de leurs actions, volontaires ou réglementaires (compensation écologique), de restauration et de gestion d'espaces naturels.

Au sein de la Direction Recherche et Innovation (DRI), la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) a pour objectif d'identifier, étudier et expérimenter des outils innovants liant économie et biodiversité. Au service de l'intérêt général, la MEB diffuse et partage ses travaux via des supports de communication et de manifestations variés (BIODIV'2050, Cahiers de BIODIV'2050, formations, conférences, colloques internationaux, etc.) autour de trois thématiques principales : outils économiques au service de la biodiversité ; biodiversité et économie des territoires ; biodiversité et entreprises.

BIBLIOGRAPHIE

- ADEME (2020). Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France. Les dossiers de la DGE. Études économiques, INDDIGO, VertigoLab. 376p.
- AFB. (2017). *Etat des connaissances des activités de plongée subaquatiques sur la façade méditerranéenne et appui à l'élaboration d'une stratégie de gestion durable des sites de plongée*. Contrat d'étude Agence Française pour la Biodiversité – Direction Interrégionale de la Mer Méditerranée & GIS Posidonie – BRL ingénierie, GIS Posidonie. http://www.dirm.mediterranee.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/2_rapport.pdf
- Alessi, E. (2018). *Pollution plastique en Méditerranée. Sortons du piège !* WWF Initiative Marine Méditerranéenne Rome, Italie, p28. https://www.wwf.fr/sites/default/files/doc-2018-06/180608_rapport_plastiques_mediterranee.pdf
- Asafu-Adjaye, J., & Tapsuwan, S. (2008). A contingent valuation study of scuba diving benefits : Case study in Mu Ko Similan Marine National Park, Thailand. *Tourism Management*, 29(6), 1122-1130. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.02.005>
- Assemblée Nationale. (2019, 9 octobre). *Action extérieure de l'Etat : Tourisme*. Assemblée@e nationale. https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/rapports/cion-eco/15b3400-tii_rapport-avis
- Atout France. (2011). *Tourisme et développement durable : de la connaissance des marchés à l'action marketing* (Marketing touristique n°11 éd.). Editions Atout France.
- Atout France. (2014a). *Panorama du tourisme littoral : Analyse de l'offre et dynamiques d'évolution France métropolitaine* (Cahier n° 1) (2^e éd.). ATOUT FRANCE.
- Atout France. (2014b). *Valoriser la nature en ville : Vecteur de bien-être et d'innovation touristique* (Marketing touristique n°32, Collection " Rendez-vous en ville " éd.). Editions Atout France.
- Atout France. (2019). *Résidences secondaires et développent touristique des destinations* (Collection Observation touristique éd., Vol. 52). Atout France.
- Atout France (2019b). Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre, étude des marchés français, allemand et néerlandais. Édition Atout France, n°48, 190p.
- Baldi, G., Teixeira, M., Martin, O. A., Grau, H. R., & Jobbágy, E. G. (2017). Opportunities drive the global distribution of protected areas. *PeerJ*, 5, e2989. <https://doi.org/10.7717/peerj.2989>
- Balmford, A., Green, J. M. H., Anderson, M., Beresford, J., Huang, C., Naidoo, R., Walpole, M., & Manica, A. (2015). Walk on the Wild Side : Estimating the Global Magnitude of Visits to Protected Areas. *PLoS Biology*, 13(2), e1002074. <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.1002074>
- Baumlin, F., & Duhautois, S. (2019, 14 juin). *Vacances d'été : les Européens toujours plus attirés par les destinations « nature »*. Ipsos. <https://www.ipsos.com/fr-fr/vacances-dete-les-europeens-toujours-plus-attires-par-les-destinations-nature>
- Besse, G., & Steinfelder, M. (2017, mai). *La biodiversité, un des leviers du développement économique et social en Guyane*. CGEDD, Paris. https://cgedd.documentation.developpement-durable.gouv.fr/documents/Affaires-0009739/010965-01_rapport.pdf
- Blondy, C. (2016). Le tourisme, un facteur de développement durable des territoires insulaires tropicaux ? Tourisme, aménagement, environnement et société locale à Bora Bora (Polynésie française). *Mondes du tourisme, Hors-série*, 1. <https://doi.org/10.4000/tourisme.1283>
- Bonnieux, F., Carpentier, A., & Paoli, J.-C. (2006). Priorités des résidents et des visiteurs pour la protection et l'aménagement de la forêt en Corse : exemple de la forêt de Bonifatu. *Revue Forestière Française*, 2, 4. <https://doi.org/10.4267/2042/5814>
- Bourdeau, P. (2020, 1 juillet). *Le bout du monde en bas de chez soi*. Le Monde diplomatique. <https://www.monde-diplomatique.fr/2020/07/BOURDEAU/61947>
- Brooks, J. S., Waylen, K. A., & Borgerhoff Mulder, M. (2012). How national context, project design, and local community characteristics influence success in community-based conservation projects. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(52), 21265-21270. <https://doi.org/10.1073/pnas.1207141110>
- Bryden, D. M., Westbrook, S. R., Burns, B. R., Taylor, W. A., & Anderson, S. (2010). Assessing the economic impacts of nature based tourism in Scotland. *Scottish Natural Heritage, Inverness*, 105. http://www.outdoorrecreationni.com/wp-content/uploads/2015/11/Assessing-the-economic-impacts-of-nature-based-tourism-in-Scotland_Scottish-Natural-Heritage-2010.pdf
- Buckley, R. (2011a). Tourism and Environment. *Annual Review of Environment and Resources*, 36(1), 397-416. <https://doi.org/10.1146/annurev-enviro-041210-132637>
- Buckley, R. (2011b). Understanding and Managing Tourism Impacts : an Integrated Approach. *Journal of Ecotourism*, 10(2), 177-178. <https://doi.org/10.1080/14724049.2011.568754>
- Buckley, R. (2012). Sustainable tourism : Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.02.003>
- Buckley, R. (2013). To use tourism as a conservation tool, first study tourists. *Animal Conservation*, 16(3), 259-260. <https://doi.org/10.1111/acv.12057>
- Buckley, R. (2020). Pandemic Travel Restrictions Provide a Test of Net Ecological Effects of Ecotourism and New Research Opportunities. *Journal of Travel Research*, 004728752094781. <https://doi.org/10.1177/0047287520947812>
- Canteiro, M., Córdova-Tapia, F., & Brazeiro, A. (2018). Tourism impact assessment : A tool to evaluate the environmental impacts of touristic activities in Natural Protected Areas. *Tourism Management Perspectives*, 28, 220-227. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.09.007>
- CDB (s.d). Biodiversité et programme de développement durable à l'horizon 2030, note technique. Convention sur la diversité biologique, Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, Banque Mondiale, Programme des Nations Unies pour l'environnement, Programme des Nations Unies pour le développement, 28p.
- CDC Biodiversité et ANPCEN (2015). Éclairage du 21^e siècle et biodiversité, pour une meilleure prise en compte des externalités de l'éclairage extérieur sur notre environnement. Cahier de BIODIV'2050 n°6, 72p.
- CDC Biodiversité (2019). Évaluation socioéconomique des Solutions fondées sur la Nature, Mission Économie de la Biodiversité et VertigoLab, Paris, France, 40p.
- CDC Biodiversité et Fondation Rovaltain (2019). Santé et Biodiversité : nécessité d'une approche commune, Mission Économie de la Biodiversité, Paris, France, 52p.
- CDC Biodiversité et Humanité et Biodiversité (2020). La mise en œuvre de l'objectif de Zéro artificialisation nette à l'échelle des territoires, Mouton, T., Guillonnet, S., Ménard, S., Prin-Cojan, Boileau, J., Moulherat, S., Mission Économie de la Biodiversité, BIODIV'2050, 56p.
- CESE. (2014). *Tourisme et développement durable en France* (ISBN 978-2-11-120944-2 éd., Vol. 411140023-001114). Direction de l'information légale et administrative. <https://www.lecese.fr/travaux-publies/tourisme-et-developpement-durable-en-france>
- Cet été, la vraie aventure sera le voyage en lui-même*. (2020, 23 juillet). Courrier international. <https://www.courrierinternational.com/article/recit-cet-ete-la-vraie-aventure-sera-le-voyage-en-lui-meme>
- CGDD. (2011). *Coûts des principales pollutions agricoles de l'eau* (No 52). Ministère de l'Écologie, du développement durable, du logement et des transports. <http://temis.documentation.developpement-durable.gouv.fr/docs/Temis/0070/Temis-0070550/19342.pdf#>
- CGDD. (2012). *Démographie et économie des communes littorales des départements ultramarins*. Commissariat général au développement durable, Ministère de la Transition écologique et solidaire. <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/demographie-et-economie-des-communes-littorales-des-departements-ultramarins>
- CGDD (2015). Analyse économique des espèces exotiques envahissantes en France, Première enquête nationale (2009-2013). Études & documents, n°130, 132p.
- CGDD. (2017). *La fonction touristique des territoires : facteur de pression ou de préservation de l'environnement ?* Ministère de l'environnement, de l'énergie et de la mer. <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/la-fonction-touristique-des-territoires-facteur-de-pression-ou-de-preservation-de-lenvironnement>
- C.G.D.D. (2019). *L'environnement en France en 2019 : rapport de synthèse*. Ministère de la Transition écologique et solidaire - Commissariat général au Développement durable.
- CGDD Service de l'observation et des statistiques. (2014). *Études & documents : Les parcs naturels régionaux : chiffres clés* (No 115). Ministère de l'écologie. <http://temis.documentation.developpement-durable.gouv.fr/docs/Temis/0081/Temis-0081223/21720.pdf>
- Chadenas, C. (2003). L'Homme et l'oiseau sur les littoraux d'Europe occidentale (appropriation de l'espace et enjeux territoriaux : vers une gestion durable ?). *Université de Nantes, Nantes*, 242. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00202487>
- Chevassus-au-Louis, B., & Pirard, R. (2011). Les services écosystémiques des forêts et leur rémunération éventuelle. *Revue Forestière Française*, 5, 1. <https://doi.org/10.4267/2042/46106>
- Chevassus-au-Louis, B., Salles, J.-M., & Pujol, J.-L. (2009). *Approche économique de la biodiversité et des services liés aux écosystèmes*. Centre de ressources stratégiques, Matignon. <https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/094000203.pdf>
- Christ, C., Hillel, O., Matus, S., & Sweeting, J. (2003). *Tourism and Biodiversity : Mapping Tourism's Global Footprint*. Conservation International and UNEP, Washington. <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/WEBx0016xPA-TourismFootprint.pdf>
- Christin, R. (2020, 1 juillet). *Repartir, mais pas comme avant...* Le Monde diplomatique. <https://www.monde-diplomatique.fr/2020/07/CHRISTIN/61948>

- Chung, M. G., Dietz, T., & Liu, J. (2018). Global relationships between biodiversity and nature-based tourism in protected areas. *Ecosystem Services*, 34, 11-23. <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2018.09.004>
- CIO. (2020, 7 novembre). Le nouveau guide de l'UICN élabore une feuille de route en faveur de la biodiversité pour la communauté sportive. *Comité International Olympique*. <https://www.olympic.org/fr/news/le-nouveau-guide-de-l-uicn-elabore-une-feuille-de-route-en-faveur-de-la-biodiversite-pour-la-communautaire-sportive>
- Clastres, G. (2020, 1 juillet). *À la recherche du voyage « écoresponsable »*. Le Monde diplomatique. <https://www.monde-diplomatique.fr/2020/07/CLASTRES/61949>
- Coffin, E. & DGE. (2017, septembre). *Document de travail de la DGE - sous-direction du tourisme*. <https://www.veilleinfotourisme.fr/>. <https://www.veilleinfotourisme.fr/files/2017-12/CR-comite-26-septembre-2017.pdf>
- Comité 21. (2008, août). *Agir ensemble pour un tourisme durable*. Comité 21, Paris, France. <https://guadeloupe.ademe.fr/sites/default/files/guide-agir-ensemble-tourisme-durable.pdf>
- Commission européenne. (2016). *Preferences of Europeans towards tourism* (Flash Eurobarometer 432). UE. <https://doi.org/10.2873/137284>
- Conseil National du Tourisme. (2010). *Le poids économique et social du tourisme en France*. Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, Paris. <https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/114000081.pdf>
- Conservatoire de littoral (2015). *Tourisme et espaces protégés*. Les chiffres clés du littoral, Fiche 32, 2p.
- Corbin, A. (1988). *Le territoire du vide : L'Occident et le désir du rivage, 1750-1840* (Première édition). Aubier.
- Cronon, W. (1996). The Trouble with Wilderness : Or, Getting Back to the Wrong Nature. *Environmental History*, 7(1), 7. <https://doi.org/10.2307/3985059>
- Curtin, S. (2013). Lessons from Scotland : British wildlife tourism demand, product development and destination management. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(3), 196-211. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.09.002>
- Cuttelod, A., Garcia, N., Malak, D. A., Temple, H., & Katarriya, V. (2008). The Mediterranean : A Biodiversity Hotspot Under Threat. *The 2008 Review of The IUCN Red List of Threatened Species, IUCN Gland, Switzerland*, 89. https://www.researchgate.net/publication/285086595_The_Mediterranean_a_biodiversity_hotspot_under_threat
- Daveziez, L. (2008). *La République et ses territoires. La circulation invisible des richesses* (SEUIL éd.). SEUIL.
- Daveziez, L. (2014). *L'émergence de systèmes productivo-résidentiels - travaux n°19 (CGET Comité Général Egalité)* (French Edition). DOC FRANÇAISE.
- Delannoy, E. (2016). *La biodiversité, une opportunité pour le développement économique et la création d'emplois Rapport à Mme la Ministre de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer*. Ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer. https://www.ecologie-solidaire.gouv.fr/sites/default/files/DELANNOY_BIODIV_Rapport_Final_20161117.pdf
- Département de Géographie et Territoires, ENS Ulm, Auzary, C., Cardoso, F., Gauthier, L., Munoz-Guipouy, A., & Suslova, O. (2020). *La nature à Marseille, miroir et outil de l'urbain*. ENS Ulm. https://www.geographie.ens.fr/IMG/pdf/la_nature_a_marseille_miroir_et_outil_de_l_urbain-2.pdf
- DGE. (2016). *L'innovation dans le tourisme : diagnostic et perspectives* (Analyses). Ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique. https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/Analyses/2016-06-Innovation-tourisme.pdf
- DGE. (2019a). *Guide pratique : Taxe de séjour*. Ministère de l'Économie et des Finances.
- DGE. (2019b, mars). *Mémento du tourisme* (Edition 2018). <https://www.entreprises.gouv.fr/fr/etudes-et-statistiques/chiffres-cles/memento-du-tourisme>
- Di Minin, E., Fraser, I., Slotow, R., & MacMillan, D. C. (2012). Understanding heterogeneous preference of tourists for big game species : implications for conservation and management. *Animal Conservation*, 15(3), 249-258. <https://doi.org/10.1111/j.1469-1795.2012.00595.x>
- Di Minin, E., Fraser, I., Slotow, R., & MacMillan, D. C. (2013). Conservation marketing and education for less charismatic biodiversity and conservation businesses for sustainable development. *Animal Conservation*, 16(3), 263-264. <https://doi.org/10.1111/acv.12060>
- Diagne, C., Leroy, B., Vaissière, A. C., Gozlan, R. E., Roiz, D., Jari, I., ... & Courchamp, F. (2021). High and rising economic costs of biological invasions worldwide. *Nature*, 1-6.
- Díaz, S., Settle, J., & Brondizio, E. (2019). *Summary for Policymakers of the Global Assessment Report on Biodiversity and Ecosystem Services*. IPBES.
- Direction de la voirie et des déplacements. (2018). *Le bilan des déplacements en 2018 à Paris*. Mairie de Paris.
- DREAL Midi-Pyrénées. (2013). *Réalisation d'une étude Tourisme et Biodiversité sur le Massif des Pyrénées*. TRACES TPI. <https://www.pyrenees-pireneus.com/Comite-de-massif/Strategie-pyreneenne-valorisation-biodiversite/Publication/2013-02-00-SPVB-Synthese-etude-tourisme-biodiversite-massif-Pyrenees.PDF>
- Dubois, A. (2019, 16 octobre). *Le démarketing à la rescousse de la destination*. Réseau de veille en tourisme. <https://veilletourisme.ca/2019/10/16/le-demarketing-a-la-rescousse-de-la-destination/>
- EFESE. (2016). *Rapport intermédiaire, Service de l'économie, de l'évaluation et de l'intégration du développement durable*. CGDD, Ministère de la transition écologique, Paris. <https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/Efese%20-%20Rapport%20de%20premi%C3%A8%20phase%20-%20Du%20constat%20%C3%A0%20l%27action.pdf>
- EFESE. (2018a). *Les milieux humides et aquatiques continentaux*. CGDD, Ministère de la transition écologique, p248.
- EFESE. (2018b). *Les milieux marins et littoraux français*. CGDD, Ministère de la transition écologique. http://webissimo.developpement-durable.gouv.fr/IMG/epub/efese_ecosystemes_urbains_cle2e6fd5.epub
- EFESE. (2019). *Les écosystèmes rocheux et de haute montagne français*. CGDD, Ministère de la transition écologique. https://ree.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/4-ecosystemes_rocheux_et_de_haute_montagne.pdf
- EFESE. (2020). *Rapport de première phase de l'évaluation française des écosystèmes et des services écosystémiques*. CGDD, Ministère de la transition écologique. <https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/Efese%20-%20Rapport%20de%20premi%C3%A8%20phase%20-%20Du%20constat%20%C3%A0%20l%27action.pdf>
- Fagnoni, E., Gravari-Barbas, M., & Knafou, R. (2013). *Métropolisation et Tourisme : Comment le tourisme redessine Paris (Mappemonde)* (French Edition). BELIN.
- Ferrer, M., Dahyot, A., & Freynet, A. (2019, 12 juillet). *En vacances, où partent les Français ? Et où vont les touristes étrangers ?* Le Monde.fr. https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/07/12/en-vacances-ou-partent-les-francais-et-ou-vont-les-touristes-etrangers_5488767_4355770.html
- Fletcher, R. (2014). *Romancing the Wild : Cultural Dimensions of Ecotourism (New Ecologies for the Twenty-First Century)* (Illustrated éd.). Duke University Press Books.
- Foussadier, R. (2016). Rôle écologique et services écosystémiques des moustiques. *Zones Humides Infos*, 92-93, 32. <https://www.snpn.com/produit/n92-93-34-trimestres-2016-les-moustiques-en-zone-humide-un-sujet-piquant/?cn-reloaded=1>
- François, H. (2004). Le tourisme durable une organisation du tourisme en milieu rural. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine, février*(1), 57. <https://doi.org/10.3917/relu.041.0057>
- Goodwin, H. J., & Leader-Williams, N. (2000). Tourism and protected areas-distorting conservation priorities towards charismatic megafauna ? *Cambridge : Conservation Biology series*, 3, 257-275. <https://eur-komag.com/research/022/019/022019667.php>
- 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)
- Gössling, S., Hall, C. M., Peeters, P., & Scott, D. (2010). The Future of Tourism : Can Tourism Growth and Climate Policy be Reconciled ? A Mitigation Perspective. *Tourism Recreation Research*, 39(2), 119-130. <https://doi.org/10.1080/02508281.2010.11081628>
- Gössling, S., Hall, M. C., & Weaver, D. (2012). *Sustainable Tourism Futures : Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations (Routledge Advances in Tourism)* (1^{re} éd.). Routledge.
- Gössling, S., & Peeters, P. (2015). Assessing tourism's global environmental impact 1900-2050. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), 639-659.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2018). Global trends in length of stay : Implications for destination management and climate change. *Journal of sustainable tourism*, 26(12), 2087-2101.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change : a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Granel, A.-M., & Dobré, M. (2009). Les citadins et la forêt en France. *Revue Forestière Française*, 5, 1. <https://doi.org/10.4267/2042/31531>
- Gravari-Barbas, M., & Jacquot, S. (2018). *Atlas mondial du tourisme et des loisirs*. Autrement.

- Green, E., & Donnelly, R. (2003). Recreational Scuba Diving In Caribbean Marine Protected Areas : Do The Users Pay ? *AMBIO : A Journal of the Human Environment*, 32(2), 140-144. <https://doi.org/10.1579/0044-7447-32.2.140>
- Gren, M., & Huijbens, E. H. (2014). Tourism and the Anthropocene. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14(1), 6-22. <https://doi.org/10.1080/15022250.2014.886100>
- Gros-Désormeaux, J.-R. (2012). La biodiversité dans des territoires insulaires, approche théorique et perspectives de développement. *Développement durable et territoires*, Vol. 3, n° 7, 1. <https://doi.org/10.4000/developpementdurable.9241>
- Guinand, A., & Quintrie-Lamothe, T. (2012). *Analyse économique et sociale de l'utilisation de nos eaux marines et du coût de la dégradation du milieu marin méditerranée occidentale*. Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie & Agence des aires marines protégées & Ifremer. http://www.ifremer.fr/sextant_doc/dcsmm/documents/Evaluation_initiale/MO/AES/MO_AES_12_Tourisme_littoral
- Habibullah, M. S., Din, B. H., Chong, C. W., & Radam, A. (2016). Tourism and Biodiversity Loss : Implications for Business Sustainability. *Procedia Economics and Finance*, 35, 166-172. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00021-6](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00021-6)
- Hall, C. M. (2010a). Tourism and biodiversity : more significant than climate change ? *Journal of Heritage Tourism*, 5(4), 253-266. <https://doi.org/10.1080/1743873x.2010.517843>
- Hall, C. M. (2010b). Tourism and the implementation of the Convention on Biological Diversity. *Journal of Heritage Tourism*, 5(4), 267-284. <https://doi.org/10.1080/1743873x.2010.517844>
- Hall, C. M. (2015). Tourism and biological exchange and invasions : a missing dimension in sustainable tourism ? *Tourism Recreation Research*, 40(1), 81-94. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1005943>
- Harris interactive. (2017). *Notoriété et image des destinations d'Outre-mer*. <https://fr.calameo.com/read/00088637917f836e8c3a4>
- Hausmann, A., Slotow, R., Fraser, I., & Di Minin, E. (2016). Ecotourism marketing alternative to charismatic megafauna can also support biodiversity conservation. *Animal Conservation*, 20(1), 91-100. <https://doi.org/10.1111/acv.12292>
- Hausmann, A., Slotow, R., Burns, J. K., & Di Minin, E. (2015). The ecosystem service of sense of place : benefits for human well-being and biodiversity conservation. *Environmental Conservation*, 43(2), 117-127. <https://doi.org/10.1017/s0376892915000314>
- Hoekstra, J. M., Boucher, T. M., Ricketts, T. H., & Roberts, C. (2004). Confronting a biome crisis : global disparities of habitat loss and protection. *Ecology Letters*, 8(1), 23-29. <https://doi.org/10.1111/j.1461-0248.2004.00686.x>
- Insee et SOeS (2004). L'Observatoire du littoral : démographie et économie du littoral. 22p.
- IUCN - The World Conservation Union. (2002). *Business And Biodiversity : The Handbook For Corporate Action*. World Conservation Union, Earthwatch Institute, Switzerland.
- Kotler, P., & Levy, S. J. (1971). Demarketing, yes, demarketing. *Harvard business review : HBR. Boston, Mass. : Harvard Business School Publ. Corp., Vol. 49, p74-80*. [https://web.uniroma1.it/dip_management/sites/default/files/allegati/Kotler%20%26%20Levy%20\(1971\)%20-%20Demarketing%2C%20Yes%2C%20demarketing%20-%20Harvard%20Business%20Review.pdf](https://web.uniroma1.it/dip_management/sites/default/files/allegati/Kotler%20%26%20Levy%20(1971)%20-%20Demarketing%2C%20Yes%2C%20demarketing%20-%20Harvard%20Business%20Review.pdf)
- Landrieu, G. (2013). L'évaluation de la valeur économique des parcs nationaux, en particulier du Parc national de Port-Cros : un exercice nécessaire mais délicat. *Sci Rep. Port-Cros natl. Park*, 27, 377-414.
- Larsen, J., & Urry, J. (2011). Gazing and Performing. *Environment and Planning D : Society and Space*, 29(6), 1110-1125. <https://doi.org/10.1068/d21410>
- Leroy, M., Portarrieu, J.-F. (2018). Rapport d'information sur la promotion de la destination touristique France. Assemblée nationale, 62p.
- Le Délezière R. (2008). Le développement littoral en question, n°199, 109-115.
- Les petits déjeuners débats du Quotidien du Tourisme :* (2018). <https://www.quotidiendutourisme.com/>. <https://www.quotidiendutourisme.com/actualite/evenements/les-petits-dejeuners/les-petits-dejeuners-thematiques-du-quotidien-du-tourisme-le-tourisme-de-masse-nest-pas-antinomique-du-tourisme-durable-598221.php>
- López Bonilla, J. M., & López Bonilla, L. M. (2008). La capacidad de carga turística : Revisión crítica de un instrumento de medida de sostenibilidad. *El Periplo Sustentable*, 15, 123. <https://doi.org/10.21854/eps.v0i15.938>
- Loureiro, M. L., Macagno, G., Nunes, P. A. L. D., & Tol, R. (2012). Assessing the impact of biodiversity on tourism flows : an econometric model for tourist behaviour with implications for conservation policy. *Journal of Environmental Economics and Policy*, 1(2), 174-194. <https://doi.org/10.1080/21606544.2012.692865>
- Macagno, G., Loureiro, M. L., Nunes, P. A. L. D., & Tol, R. S. J. (2009). Assessing the Impact of Biodiversity on Tourism Flows : A Model for Tourist Behaviour and its Policy Implications. *SSRN Electronic Journal*, 1(2), 174-194. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1424982>
- MAEDI. (2015). *Pôles d'excellence touristique : 17 mesures pour faire de la France une destination phare de l'écotourisme*. Ministère des Affaires Étrangères et du Développement International, Paris. https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/feuille_de_route_pole_ecotourisme_finalisee_cle8e7961.pdf
- MAEDI, CDC Biodiversité, CIRAD, & GRET. (2014). *Les initiatives innovantes pour le financement de la biodiversité*. Ministère des Affaires étrangères et du Développement international. Direction générale de la mondialisation, du développement et des partenariats. <http://www.mission-economie-biodiversite.com/publication/les-initiatives-innovantes-pour-le-financement-de-la-biodiversite>
- Mair, J., & Jago, L. (2010). The development of a conceptual model of greening in the business events tourism sector. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), 77-94. <https://doi.org/10.1080/09669580903291007>
- Mairie de Paris. (2017). *État des lieux de l'alimentation à Paris*. Direction des espaces verts et de l'environnement, Paris. <https://cdn.paris.fr/pa-2019/07/25/18df53d96022d9f6a8454347b5590b19.pdf>
- McDonald, G., Mangin, T., Thomas, L. R., & Costello, C. (2016). Designing and financing optimal enforcement for small-scale fisheries and dive tourism industries. *Marine Policy*, 67, 105-117. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2016.02.003>
- Millennium Ecosystem Assessment (2005). *Ecosystems and human well-being : synthesis*. Island Press, pp9 Accessible sur <https://www.millenniumassessment.org/documents/ document.356.aspx.pdf>
- MIO-ECSDE. (2012). *Tourisme et Biodiversité en Méditerranée : Opportunités et menaces*. Mediterranean Information Office for Environment, Culture and Sustainable Development.
- Mulholland, G., & Eagles, P. F. J. (2002). African parks : Combining fiscal and ecological sustainability. *Parks*, 12(1), 42-49. <https://www.semanticscholar.org/paper/African-parks%3A-combining-fiscal-and-ecological-Mulholland-Eagles/8a1e241f6cd8c84de945f67f9683d46e0794de>
- Non, vos voyages ne font pas de vous de meilleures personnes.* (2020, 25 juillet). Courrier international. <https://www.courrierinternational.com/article/mythe-non-vos-voyages-ne-ont-pas-de-vous-de-meilleures-personnes>
- Nunn, P. D. (2007). Tourism and Global Environmental Change : Ecological, Social, Economic and Political Interrelationships- Edited by S. Gössling and C.M. Hall. *Geographical Research*, 45(2), 203-204. <https://doi.org/10.1111/j.1745-5871.2007.00438.x>
- OCDE. (2007). Changements climatiques dans les Alpes européennes. *Editions OCDE*, 1-136. <https://doi.org/10.1787/9789264031715-fr>
- OCDE. (2018a). Développer les investissements et les financements propices à un tourisme durable. *Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2018*, 105-133. <https://doi.org/10.1787/tour-2018-7-fr>
- OCDE. (2018b). Les mégatendances qui façonnent l'avenir du tourisme. *Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2018*, 69-103. <https://doi.org/10.1787/tour-2018-6-fr>
- OCDE. (2020, 2 juin). *Les actions engagées dans le domaine du tourisme face au coronavirus (COVID-19)*. OECD. <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/les-actions-engagees-dans-le-domaine-du-tourisme-face-au-coronavirus-covid-19-86db4328/>
- OCDE & FIT. (2017). *ITF Transport Outlook 2017. ITF Transport Outlook*, 1. <https://doi.org/10.1787/9789282108000-en>
- Oldekop, J. A., Holmes, G., Harris, W. E., & Evans, K. L. (2015). A global assessment of the social and conservation outcomes of protected areas. *Conservation Biology*, 30(1), 133-141. <https://doi.org/10.1111/cobi.12568>
- OMT. (2013). *Le tourisme et la diversité biologique - Réaliser les objectifs communs en faveur de la durabilité (French Edition)* (2013^e éd.). Organisation Mondiale du Tourisme (OMT).
- ONU. (2017, 22 mai). *Un tourisme durable peut protéger la biodiversité et contribuer à atteindre les Objectifs mondiaux, selon l'ONU*. ONU Info. <https://news.un.org/fr/story/2017/05/357892-un-tourisme-durable-peut-protger-la-biodiversite-et-contribuer-atteindre-les>
- Pagiola, S., Zhang, W., & Colom, A. (2010). Can Payments for Watershed Services Help Finance Biodiversity Conservation ? A Spatial Analysis of Highland Guatemala. *Journal of Natural Resources Policy Research*, 2(1), 7-24. <https://doi.org/10.1080/19390450903350812>
- Paracchini, M. L., Zulian, G., Kopperoinen, L., Maes, J., Schägner, J. P., Termansen, M., Zandersen, M., Perez-Soba, M., Scholefield, P. A., & Bidoglio, G. (2014). Mapping cultural ecosystem services : A framework to assess the potential for outdoor recreation across the EU. *Ecological Indicators*, 45, 371-385. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2014.04.018>

- Pawson, E. (2009). Nature unbound. Conservation, capitalism and the future of protected areas - By D. Brockington, R. Duffy and J. Igoe. *New Zealand Geographer*, 65(3), 235-236. https://doi.org/10.1111/j.1745-7939.2009.01167_2.x
- Pecqueur, B. (2001). Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. *Economie rurale*, 267(1), 37-49. <https://doi.org/10.3406/ecoru.2001.5217>
- Pimentel, D., Zuniga, R., & Morrison, D. (2005). Update on the environmental and economic costs associated with alien-invasive species in the United States. *Ecological Economics*, 52(3), 273-288. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2004.10.002>
- PNUE. (2005). *Forging links between protected areas and the tourism sector : How tourism can benefit conservation*. United Nations Environmental Programme, Division of Technology, Industry and Economics.
- Pottier, P. (2007). La capacité d'accueil et de développement des communes littorales. *Direction régionale de l'Équipement des Pays de la Loire Plan Urbanisme Construction Architecture Direction Générale de l'Urbanisme, de l'Habitat et de la Construction*, 1-78. http://www.pays-de-la-loire.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/capacite_accueil_communes_littorales_2007_09_cle5f8f11.pdf
- Réau, B. G. C. (2020, 1 juillet). *Des loisirs à la chaîne*. Le Monde diplomatique. <https://www.monde-diplomatique.fr/2020/07/GUIBERT/61952>
- Richardson, M., Cormack, A., McRobert, L., & Underhill, R. (2016). 30 Days Wild : Development and Evaluation of a Large-Scale Nature Engagement Campaign to Improve Well-Being. *PLOS ONE*, 11(2), e0149777. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0149777>
- Rof, G. (2021, 21 janvier). *Toujours plus fréquenté, le parc national des Calanques veut décourager les visiteurs*. Le Monde.fr. https://www.lemonde.fr/planete/article/2021/01/21/surfréquenté-le-parc-national-des-calanques-veut-decourager-les-visiteurs_6067013_3244.html
- Schirpke, U., Scolozzi, R., Da Re, R., Masiero, M., Pellegrino, D., & Marino, D. (2018). Enhancing outdoor recreation and biodiversity through payments for ecosystem services : emerging potentials from selected Natura 2000 sites in Italy. *Environment, Development and Sustainability*, 22(3), 2045-2067. <https://doi.org/10.1007/s10668-018-0276-y>
- Secretariat of the Convention on Biological Diversity, Denman, R., & Denman, J. (2015). *Tourism supporting biodiversity : a manual on applying the CBD Guidelines on Biodiversity and Tourism Development*. (No 20163103743). Secretariat of the Convention on Biological Diversity. <https://www.cbd.int/tourism/doc/tourism-manual-2015-en.pdf>
- Sénat. (2019, novembre). *Proposition de loi n° 689 portant diverses mesures tendant à réguler « l'hyper-fréquentation » dans les sites naturels et culturels patrimoniaux* (Rapport n° 110 (2018-2019)). Commission de l'aménagement du territoire et du développement durable, Sénat, Paris. http://www.senat.fr/fileadmin/Fichiers/Images/redaction_multimedia/2019/2019-Documents_pdf/20191113_4page_PPL_Sites_naturels_relu_ADD.pdf
- Service de presse de Mâtignon. (2020, 12 octobre). *6ème Comité interministériel du tourisme* [Communiqué de presse]. <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/evénements-et-actualites-lies-a-la-promotion-du-tourisme/article/6eme-comite-interministeriel-du-tourisme-12-10-20>
- Sierra-Huelsz, J. A., & Kainer, K. A. (2018). Tourism consumption of biodiversity : A global exploration of forest product use in thatched tropical resort architecture. *Geoforum*, 94, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2018.06.004>
- Siikamäki, P., Kangas, K., Paasivaara, A., & Schroderus, S. (2015). Biodiversity attracts visitors to national parks. *Biodiversity and Conservation*, 24(10), 2521-2534. <https://doi.org/10.1007/s10531-015-0941-5>
- Simmonds, C., McGivney, A., Wilkinson, T., & Canon, G. (2020, 23 novembre). *Crisis in our national parks : how tourists are loving nature to death*. the Guardian. <https://www.theguardian.com/environment/2018/nov/20/national-parks-america-overcrowding-crisis-tourism-visitation-solutions>
- Skibins, J. C., Powell, R. B., & Hallo, J. C. (2013). Charisma and conservation : charismatic megafauna's influence on safari and zoo tourists' pro-conservation behaviors. *Biodiversity and Conservation*, 22(4), 959-982. <https://doi.org/10.1007/s10531-013-0462-z>
- Sonter, L. J., Watson, K. B., Wood, S. A., & Ricketts, T. H. (2016). Spatial and Temporal Dynamics and Value of Nature-Based Recreation, Estimated via Social Media. *PLOS ONE*, 11(9), e0162372. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0162372>
- Tourisme Année Zéro. (2020, juillet). *Social-iter*, ISSN 2270-6410(40), 1-100.
- Tristan FLORENNE (IGA), François GUERBER (CGEDD), & François COLAS-BELCOUR (CGAAER). (2016). *Le phénomène d'échouement des sargasses dans les Antilles et en Guyane* (No 010345-01). Ministère de l'environnement. <https://www.interieur.gouv.fr/Publications/Rapports-de-l-IGA/Outre-mer/Le-phenomene-d-echouage-des-sargasses-dans-les-Antilles-et-en-Guyane>
- UNEP. (2002). *Industry as a partner for sustainable development*. United Nations Environment Programme, Division of Technology, Industry and Economics.
- Urban Ecotourism Conference. (2004). *Urban Ecotourism Declaration*. Planeta.com. <http://www.planeta.com/ecotravel/tour/urbandeclaration.html>
- Val'hor. (2013). *Les bienfaits du végétal en ville. Synthèse des travaux scientifiques et méthode d'analyse*. Plante et Cité. <http://temis.documentation.developpement-durable.gouv.fr/docs/Temis/0082/Temis-0082761/22145.pdf>
- Venohr, M., Langhans, S. D., Peters, O., Hölker, F., Arlinghaus, R., Mitchell, L., & Wolter, C. (2018). The underestimated dynamics and impacts of water-based recreational activities on freshwater ecosystems. *Environmental Reviews*, 26(2), 199-213. <https://doi.org/10.1139/er-2017-0024>
- Vianna, G. M. S., Meekan, M. G., Rogers, A. A., Kragt, M. E., Alin, J. M., & Zimmerhackel, J. S. (2018). Shark-diving tourism as a financing mechanism for shark conservation strategies in Malaysia. *Marine Policy*, 94, 220-226. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2018.05.008>
- Vilà, M., & Pujadas, J. (2001). Land-use and socio-economic correlates of plant invasions in European and North African countries. *Biological Conservation*, 100(3), 397-401. [https://doi.org/10.1016/S0006-3207\(01\)00047-7](https://doi.org/10.1016/S0006-3207(01)00047-7)
- Weitowitz, D. C., Panter, C., Hoskin, R., & Liley, D. (2019). The effect of urban development on visitor numbers to nearby protected nature conservation sites. *Journal of Urban Ecology*, 5(1), 1-10. <https://doi.org/10.1093/jue/fjz019>
- Wells, N. M., & Evans, G. W. (2003). Nearby Nature. *Environment and Behavior*, 35(3), 311-330. <https://doi.org/10.1177/0013916503035003001>
- Wong, K.-, & Domroes, M. (2004). Users' perception of kowloon park, Hong Kong : Visiting patterns and scenic aspects. *Chinese Geographical Science*, 14(3), 269-275. <https://doi.org/10.1007/s11769-003-0058-8>
- World Tourism Organization. (2008). *[Climate change and tourism : responding to global challenges]* [Author : World Tourism Organization] [September, 2008]. WTO.
- World Tourism Organization. (2010). *Tourism and Biodiversity – Achieving Common Goals Towards Sustainability*. UNWTO, Madrid, Spain. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413713>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2004). *Tourism and Poverty Alleviation - Recommendations for Action*. World Tourism Organization (UNWTO).
- World Tourism Organization (UNWTO). (2013). *Le tourisme et la diversité biologique - Réaliser les objectifs communs en faveur de la durabilité (French Edition)* (2013^e éd.). World Tourism Organization (UNWTO).
- WTO. (2017). *Annual report 2017*. UNWTO. https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/anrep17_e.htm#:~:text=The%202017%20Annual%20Report%20provides,in%202016%20and%20early%202017.&text=The%20Report%20begins%20with%20a,over%20the%20past%2012%20months

Le secteur touristique a été, en France comme ailleurs, un des secteurs les plus touchés par la crise sanitaire. A l'aune de l'annonce d'un Plan de Reconquête et Transformation du Tourisme annoncé en juin 2021, le Président de la République proposait de tirer parti de la crise pour « réinventer le modèle touristique ».

Les dépendances du secteur touristique à la biodiversité sont nombreuses. La diversité et la richesse du patrimoine naturel français en est une qui illustre très précisément la fragilité d'un modèle qui, s'il souhaite se pérenniser, doit veiller à rester attractif sans surexposer les milieux qui font sa spécificité.

Cette publication a pour objectif d'aider à comprendre les interdépendances plurielles entre préservation de la biodiversité et qualité d'une offre touristique ; ainsi que de présenter des solutions innovantes et concrètes pour concilier celles-ci. Elle s'adresse à l'ensemble des acteurs du secteur touristique, quelle que soit leur filière, et pourra nourrir et structurer des démarches d'engagement en faveur du vivant.

LA MISSION ÉCONOMIE DE LA BIODIVERSITÉ
EST FINANCÉE PAR



MISSION
ÉCONOMIE
DE LA BIODIVERSITÉ

MISSION ÉCONOMIE
DE LA BIODIVERSITÉ
CDC BIODIVERSITÉ

102 RUE RÉAUMUR
75002 PARIS

TÉL. +33 (0)1 80 40 15 00
www.mission-economie-biodiversite.com

CDC BIODIVERSITÉ

