



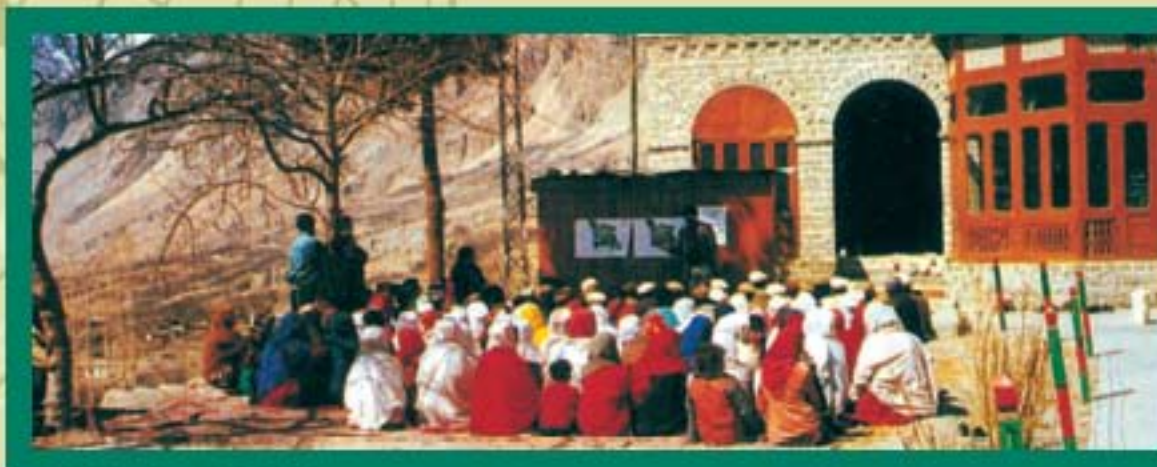
PNUE



# VERS UN TOURISME DURABLE

*Guide à l'usage des décideurs*

PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR L'ENVIRONNEMENT  
ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME



---

*Copyright © Programme des Nations Unies pour l'environnement et  
Organisation mondiale du tourisme, 2006*

Le présent ouvrage peut être reproduit en totalité ou en partie sous une forme quelconque à des fins éducatives ou non lucratives sans l'autorisation préalable du détenteur des droits d'auteur, à condition qu'il soit fait mention de la source. Le PNUE et l'OMT souhaitent recevoir un exemplaire de toute publication utilisant le présent ouvrage comme source.

Le présent ouvrage ne peut être utilisé à des fins de revente ou toute autre fin commerciale quelle qu'elle soit sans l'autorisation préalable écrite du Programme des Nations Unies pour l'environnement et de l'Organisation mondiale du tourisme.

### **Déni de responsabilité**

Les appellations employées dans cet ouvrage et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part du Programme des Nations Unies pour l'environnement ou de l'Organisation mondiale du tourisme aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires ou villes, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. En outre, les opinions exprimées ne reflètent pas nécessairement une décision ou la politique du Programme des Nations Unies pour l'environnement ou de l'Organisation mondiale du tourisme ; de même, la mention d'appellations ou de processus commerciaux ne saurait impliquer leur aval.

(OMT) ISBN -13 : 978-92-844-1119-1

(OMT) ISBN : 92-844-1119-X

(PNUE) ISBN : 92-807-2705-2

*Qualité de l'Emploi*

*Bien-être des Communautés*

*Diversité Biologique*

*Viabilité Economiqua*

**VERS UN  
TOURISME DURABLE**

*Contrôle Locale*

**Guide à l'usage des décideurs**

*Intégrité Physique*

*Pureté de l'Environnement*

*Prosperité Locale*

*Satisfactions des Visiteurs*



Programme des Nations Unies pour l'environnement  
Division Technologie, Industrie et Economie  
39-43 Quai André Citroën  
75739 Paris CEDEX 15, France  
Tél: +33 1 44371450 • Fax: +33 1 44371474  
Courriel: [unep.tie@unep.fr](mailto:unep.tie@unep.fr) • [www.unep.fr](http://www.unep.fr)

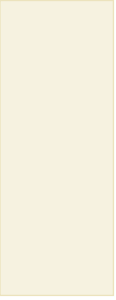


Organisation mondiale du tourisme  
Capitán Haya 42 · 28020 Madrid, Spain  
Tél: +34 91 567 81 00 • Fax: +34 91 571 37 33  
Courriel: [omt@world-tourism.org](mailto:omt@world-tourism.org) • [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

*Richesse Culturelle*

*Utilisation Rationnelle des Ressources*

*Équité Sociale*



## Avant-propos

Les arrivées internationales de touristes ont pratiquement quadruplé depuis 30 ans et le tourisme domestique s'est intensifié dans la plupart des pays développés et nouvellement industrialisés. Parallèlement, les mouvements de touristes se sont étendus géographiquement et touchent désormais la quasi-totalité des pays du globe, devenant pour certains d'entre eux un secteur économique majeur en termes de sources de revenus, d'entrées de devises et de création d'emplois.

La sensibilisation aux questions de durabilité qui faisaient référence initialement au milieu naturel mais qui incluent désormais également les sphères sociale, économique et culturelle, ainsi que l'environnement bâti, a elle aussi beaucoup évolué au cours de ces 30 dernières années. Aujourd'hui, la plupart des gouvernements, des agences internationale d'aide au développement, des associations professionnelles, des établissements universitaires et des organisations non gouvernementales reconnaissent que, sans durabilité, il ne saurait y avoir de développement qui profite à l'ensemble des parties prenantes, qui permette de résoudre un certain nombre de problèmes urgents et graves tels que l'extrême pauvreté, et qui préserve les ressources naturelles et anthropiques précieuses sur lesquelles repose la prospérité humaine.

Le secteur du tourisme ne pouvait rester indifférent au défi de notre époque qu'est le développement durable. C'est pourquoi l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) axe ses services de conseil et d'assistance technique sur les politiques, les lignes directrices de développement, les techniques de gestion et les instruments de mesure qui permettent aux gouvernements nationaux et locaux et aux professionnels du tourisme d'intégrer les principes du développement durable dans leur processus décisionnel et leurs activités courantes. C'est également la raison pour laquelle le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) a mis en place un programme qui a pour but d'intégrer la viabilité environnementale dans les processus décisionnels de l'industrie du tourisme et dans les choix des consommateurs, en diffusant les savoir-faire techniques et en créant des réseaux d'entreprises pour catalyser le développement durable dans le secteur touristique.

*Vers un tourisme durable : guide à l'usage des décideurs* s'appuie sur les travaux menés depuis une dizaine d'années par le PNUE et l'OMT sur différents aspects du développement durable. C'est la première fois que les deux organisations unissent leurs efforts pour traiter, dans un seul ouvrage, l'ensemble des aspects liés à la durabilité du tourisme. Afin de compléter les travaux menés antérieurement par le PNUE et l'OMT, une vaste étude a été effectuée en 2003 et 2004 dans les États membres de l'OMT afin d'identifier les politiques et outils spécifiques qui sont utilisés sur leurs territoires et qui ont contribué à rendre leur secteur touristique plus durable. Les conclusions de ce guide ainsi que les politiques et outils recommandés s'appuient sur des cas réels recueillis un peu partout dans le monde qui se sont révélés efficaces pour atteindre les objectifs du développement durable.

La réalisation de ce guide, qui propose aux gouvernements un modèle pour formuler et mettre en oeuvre des politiques de tourisme durable, constitue l'un des piliers du partenariat entre le PNUE et l'OMT, et a bénéficié d'un soutien financier de la Fondation Ford.

Chaque gouvernement national ou local devra bien évidemment choisir les politiques et outils qui leur semblent convenir le mieux à leur situation et les adapter au contexte particulier de leur pays, région ou juridiction locale.

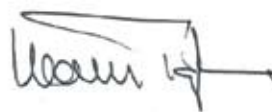
Ce guide explique ce que signifie le développement durable dans le contexte du tourisme, quelles sont les approches appropriées pour élaborer des stratégies et politiques de tourisme plus durable et quels sont les outils qui permettront aux politiques d'être efficaces sur le terrain. Il montre clairement qu'il n'y a pas de solution « clef en main ». En revanche, il délivre un message fondamental : pour réussir à construire un tourisme plus durable, il est primordial de travailler en étroite coopération avec tous les acteurs concernés, à l'intérieur comme à l'extérieur des gouvernements. Par conséquent, même si ce guide s'adresse surtout aux gouvernements, les autorités publiques à tous les niveaux sont vivement encouragées à faire connaître son contenu aux organisations non gouvernementales et privées qui ont intérêt à ce que le tourisme soit une activité prospère à long terme, en particulier les nombreuses entreprises de tourisme et leurs associations professionnelles.

Le partenariat de longue date instauré entre l'OMT et le PNUE est un exemple vivant de la nécessité et des avantages de la coopération.



**Francesco Frangilli**

*Secrétaire général  
Organisation mondiale du tourisme*



**Klaus Toepfer**

*Directeur exécutif  
Programme des Nations Unies pour  
l'environnement*

## Remerciements

### **Conception et supervision**

Giulia Carbone (PNUE) et Eugenio Yunis (OMT)

### **Révision des textes**

Fanny Demassieux (PNUE) et Philippe Lemaistre (OMT)

### **Consultant principal**

Richard Denman, The Tourism Company, United Kingdom

### **Réviseur de la version anglaise**

Geoffrey Bird

### **Maquette**

The Graphic Environment

### **Le PNUE et l'OMT tiennent à remercier les personnes suivantes**

*Pour leur contribution aux études de cas :*

Australie : Alice Crabtree, David Morgans  
 Bulgarie : Kamelia Georgieva  
 Costa Rica : Amos Bien  
 Égypte : Bill Meade, Ahmed Hassan  
 Ghana : Wouter Schalken  
 Mexique : Liliana Garcia Huerta  
 Kaikoura, Nouvelle-Zéland : Kirsty Quickfall, Ian Challenger  
 Afrique du Sud : Anna Spenceley, Johann Kotze  
 Calvia, Espagne : Rachel Dodds  
 Écosse, Royaume-Uni : Sandy Dear, Jon Proctor

*Pour leur contribution au texte :*

The International Ecotourism Society

*Pour les informations sur des exemples ou sujets spécifiques :*

Sylvie Barrere, Dirk Belau, Sylvie Blangy, Ralf Buckley, Kelly Bricker, Hugh Cresser, John Downes, Andy Drumm, Steve Edwards, Enzo Finocchiaro, Miriam Geitz, Douglas Hainsworth, Herbert Hamele, Moosa Zameer Hassan, Marion Hammerl, Veronika Holzer, Martha Honey, Maxi Lange, Marcel Leijzer, Manoa Malani, Marie Louise Mangion, Salvador Semitier Marti, Rabi Jung Pandey, Anna Quartucci, Laure Sagaert, Jennifer Seif, Mercedes Silva, Murray Simpson, Claire Stott, Richard Tapper, Jean-Paul Teyssandier, Yara Zuniga.

*Le PNUE et l'OMT remercient également la Fondation Ford pour son soutien financier sans lequel ce projet n'aurait pu voir le jour.*

Publié et imprimé par l'Organisation mondiale du tourisme, Madrid, Espagne





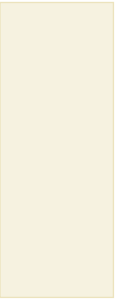
## Table des matières

<b>AVANT-PROPOS</b>	<b>iii</b>
<b>REMERCIEMENTS</b>	<b>v</b>
<b>TABLE DES MATIÈRES</b>	<b>vii</b>
<b>LISTE DES ABRÉVIATIONS</b>	<b>ix</b>
<b>INTRODUCTION</b>	<b>1</b>
<b>1 TOURISME ET DÉVELOPPEMENT DURABLE</b>	<b>7</b>
1.1 Tourisme : dynamisme et croissance	8
1.2 Développement durable : un processus en évolution	8
1.3 Tourisme et développement durable : une relation particulière	9
1.4 Rendre toutes les formes de tourisme plus durables	11
1.5 Les principaux enjeux d'un tourisme plus durable	12
1.6 Reconnaissance internationale	14
1.7 Principes directeurs et approches	16
1.8 Un programme pour le tourisme durable	18
1.9 Le point de vue des gouvernements, du marché et des entreprises	21
1.10 Le rôle crucial du gouvernement	24
<b>2 IMPLICATIONS EN TERME DE POLITIQUE</b>	<b>27</b>
2.1 Viabilité économique	28
2.2 Prospérité des destinations	30
2.3 Qualité de l'emploi	32
2.4 Équité sociale	34
2.5 Satisfaction des visiteurs	36
2.6 Contrôle local	37
2.7 Bien-être des communautés	38
2.8 Richesse culturelle	41
2.9 Intégrité physique	42
2.10 Diversité biologique	44
2.11 Utilisation rationnelle des ressources	47
2.12 Pureté de l'environnement	49
<b>3 STRUCTURES ET STRATÉGIES</b>	<b>52</b>
3.1 Des structures pour travailler ensemble	53
3.2 Des stratégies nationales interdépendantes	57
3.3 Intégrer les stratégies nationales et locales	60
<b>4 PRÉPARER LE TERRAIN</b>	<b>63</b>
4.1 Élaborer une stratégie de tourisme durable	64
4.2 Déterminer le niveau et la nature du tourisme	67
4.3 Influencer sur le développement du tourisme	70
4.4 Influencer sur l'exploitation des entreprises touristiques	72
4.5 Influencer les visiteurs : promouvoir des modes de consommation durables	74

<b>5 INSTRUMENTS POUR UN TOURISME PLUS DURABLE</b>	<b>77</b>
5.1 Instruments de mesure	78
5.1.1 Indicateurs et suivi de la durabilité	78
5.1.2 Définir les limites du tourisme	81
5.2 Instruments de commande et de contrôle	84
5.2.1 Législation, règlements et procédures d'autorisation	84
5.2.2 Aménagement du territoire et contrôle du développement	89
5.3 Instruments économiques	96
5.3.1 Impôts et taxes	96
5.3.2 Incitations et accords financiers	101
5.4 Instruments volontaires	102
5.4.1 Directives et codes de conduite	102
5.4.2 Production de rapports et audits	106
5.4.3 Certification volontaire	109
5.4.4 Contributions volontaires	114
5.5 Instruments de soutien	116
5.5.1 Mise en place et gestion d'infrastructures	116
5.5.2 Renforcement des capacités	120
5.5.3 Marketing et services d'information	128
 <b>CONCLUSIONS : LES PERSPECTIVES</b>	 <b>135</b>
 <b>ÉTUDES DE CAS</b>	 <b>139</b>
Australie : Stratégies débouchant sur des outils pratiques	140
Bulgarie : Stratégie nationale d'écotourisme et plan d'action	146
Costa Rica : La certification au service d'une volonté politique	151
Égypte : Red Sea Sustainable Tourism Initiative	156
Ghana : Initiative de tourisme communautaire	161
Mexique : Action 21 pour le tourisme au Mexique	165
Kaikoura (Nouvelle-Zélande) : Développement durable d'une petite localité	169
Afrique du Sud : Le Livre blanc sur le tourisme et les initiatives qui en ont découlé	174
Calvià (Espagne) : Programme Action 21 local et modernisation d'un centre touristique	179
Écosse (Royaume-Uni) : Tourism and Environment Forum et Green Tourism Business Scheme	184
 <b>ANNEXE 1</b>	 <b>189</b>
Principaux enjeux et indicateurs du tourisme durable	190
 <b>AUTRES SOURCES D'INFORMATION</b>	 <b>193</b>
Informations générales sur le développement durable : impacts et principes	194
Développement durable du tourisme : principes, politiques et lignes directrices	195
Structures et stratégies pour travailler avec les autres acteurs	202
Instruments de mesure	203
Instruments de contrainte	204
Instruments économique	208
Instruments volontaires	209
Instruments de soutien	212
 <b>CONTACTS</b>	 <b>217</b>

## Liste des abréviations

CDB	Convention sur la diversité biologique
CDD	Commission du développement durable
CFCs	Chlorofluorocarbones
EIE	Étude d'impact sur l'environnement
GIZC	Gestion intégrée des zones côtières
GRI	Global Reporting Initiative
OIT	Organisation internationale du travail
OMT	Organisation mondiale du tourisme
ONG	Organisation non gouvernementale
PME	Petites et moyennes entreprises
PNUD	Programme des Nations Unies pour le développement
PNUE	Programme des Nations Unies pour l'environnement
RSE	Responsabilité sociale et environnementale des entreprises
SMDD	Sommet mondial pour le développement durable
UICN	Union internationale pour la conservation de la nature et des ressources naturelles (Union mondiale pour la conservation de la nature)
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
USAID	Agence des États-Unis pour le développement international
WTTC	Conseil mondial des voyages et du tourisme



---

# *Introduction*

---

---

Le tourisme est une activité qui a crû d'environ 25 % depuis 10 ans. Il représente actuellement à peu près 10 % de l'activité économique du monde et figure parmi les principaux secteurs créateurs d'emplois. Cependant, il a des impacts majeurs sur l'environnement naturel et bâti, ainsi que sur le bien-être et la culture des populations d'accueil. Même si ses racines remontent aux années 1980, au cours de cette même période, le concept de développement durable s'est imposé comme étant la voie d'un avenir meilleur.

C'est dans ce contexte que *Vers un tourisme durable : guide à l'usage des décideurs* examine les effets du tourisme, tant positifs que négatifs. Le guide s'intéresse à la façon dont les gouvernements en premier chef, mais aussi d'autres acteurs, peuvent élaborer des stratégies, des politiques et des outils pour maximiser les retombées positives du secteur tout en limitant le plus possible ses impacts négatifs.

Le tourisme peut jouer un rôle important dans le développement durable ; c'est pourquoi le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) et l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) souhaitent encourager tous les pays à faire en sorte que leurs politiques et leurs actions en faveur du développement et de la gestion du tourisme adhèrent pleinement aux principes de durabilité. De même, les politiques visant à promouvoir le développement durable doivent pleinement intégrer les opportunités offertes par le tourisme.

Diverses conventions et déclarations internationales ont énoncé des principes et des recommandations pour un tourisme durable; le Sommet mondial pour le développement durable a insisté en 2002 sur l'importance du tourisme et de sa durabilité. Beaucoup de pays déclarent mener ou souhaiter mener des politiques de « tourisme durable ». Malgré cet intérêt, une certaine incertitude continue de flotter autour du champ et des priorités à mettre en oeuvre pour que le tourisme soit plus durable, et la compréhension des modes d'application concrets de ces principes reste très partielle.

### ***L'ensemble du secteur doit devenir plus durable***

Le tourisme durable n'est pas une forme distincte ou spécifique de tourisme. Ce sont toutes les formes de tourisme qui doivent s'efforcer de devenir plus durables.

Rendre le tourisme plus durable, ce n'est pas seulement contrôler et gérer les impacts négatifs du secteur. Le tourisme a ceci de particulier qu'il peut à la fois avoir des retombées économiques et sociales favorables pour les communautés locales et renforcer la sensibilisation et le soutien à la conservation de l'environnement. Dans le secteur du tourisme, le développement économique et la protection de l'environnement ne doivent pas être considérés comme des forces opposées : ils devraient aller de pair, comme des aspirations qui peuvent et doivent se renforcer mutuellement. Les politiques et les actions entreprises doivent viser à renforcer les bénéfices et à réduire les coûts du tourisme.

Des questions importantes sont ici en jeu. La poursuite de la croissance massive du tourisme est prévue d'ici 2020, offrant d'excellentes occasions de faire progresser la

prospérité, mais présentant aussi des défis considérables et des menaces potentielles pour l'environnement et les communautés locales si elle n'est pas gérée correctement.

Le changement climatique est reconnu comme étant un problème mondial majeur, comportant des implications significatives pour le tourisme. Parallèlement, la prise de conscience du potentiel que représente le tourisme dans la lutte contre la pauvreté, en apportant des sources de revenus au cœur de certaines des communautés les plus pauvres de la Terre s'accroît.

### ***Les acteurs du tourisme durable***

De nombreux groupes peuvent tirer avantage d'un tourisme plus durable :

- les entreprises de tourisme, tout en cherchant la rentabilité à long terme, doivent se préoccuper de leur image de marque, des relations avec leur personnel et de leur impact sur l'environnement mondial et sur leur environnement immédiat ;
- les communautés locales aspirent à une prospérité accrue, sans exploitation ni atteinte à la qualité de la vie ;
- les défenseurs de l'environnement s'inquiètent des impacts négatifs du tourisme, mais y voient également une source de revenus pour la conservation ;
- les touristes recherchent des prestations de qualité dans un environnement sûr et attrayant ; ils sont de plus en plus conscients des impacts de leurs voyages.

Pour rendre le tourisme plus durable, les gouvernements doivent prendre en compte les différents points de vue et motivations de ces acteurs et travailler avec eux pour atteindre des objectifs communs.

### ***Les gouvernements ont un rôle clé à jouer***

La durabilité est la responsabilité de tous ceux qui sont impliqués dans le secteur du tourisme. La plupart des impacts du tourisme résultent des activités du secteur privé et des touristes eux-mêmes. Il est cependant évident que les gouvernements doivent jouer un rôle de premier plan, si des progrès significatifs vers un tourisme durable sont attendus, et ce, pour les raisons suivantes :

- l'industrie touristique est très fragmentée. Il est difficile pour de nombreuses microentreprises et petites entreprises isolées d'avoir un impact significatif : aussi, une coordination s'impose ;
- le développement durable touche des questions d'intérêt général : l'air, l'eau, le patrimoine naturel et culturel, la qualité de la vie. De plus, la plupart de ces ressources sont gérées par les gouvernements ;
- les gouvernements ont à leur disposition la plupart des outils nécessaires pour faire la différence, tels que le pouvoir d'édicter des règlements et d'offrir des incitations économiques, ils ont également à disposition les ressources et les institutions à même de promouvoir et faire connaître les bonnes pratiques.

Les gouvernements doivent créer les conditions d'un contexte qui permette au secteur privé, aux touristes et aux autres acteurs de prendre en compte les questions de durabilité et leur donne les moyens de le faire concrètement. La meilleure façon d'y parvenir est d'adopter et de mettre en œuvre un ensemble de politiques de

développement et de gestion du tourisme élaborées en concertation avec les autres acteurs et articulées autour du développement durable.

Les principes du développement durable mettent l'accent sur la détermination des acteurs locaux et la mise en oeuvre de politiques et d'initiatives locales. Cette démarche doit s'inscrire dans un cadre stratégique national favorable.

### ***A qui s'adresse le guide***

Ce guide s'adresse avant tout aux gouvernements, au niveau national et local. Mais il peut aussi intéresser les agences de développement internationales, les ONG et le secteur privé, dans la mesure où ils sont concernés par et peuvent avoir une influence sur la politique touristique et sa mise en oeuvre.

La durabilité du tourisme est une question aussi importante dans les pays développés que dans les pays en développement. Ce document s'adresse à tous. Toutefois, la hiérarchisation des priorités peut varier d'un groupe à l'autre.

### ***But et contenu du guide***

Le but de ce document est de fournir aux gouvernements des conseils et un cadre pour élaborer des politiques de développement plus durable, ainsi qu'un ensemble d'outils pour les mettre en oeuvre.

Il se divise en cinq chapitres :

- 1) **Tourisme et développement durable** : que signifie le développement durable pour le tourisme et pourquoi les gouvernements doivent s'intéresser à cette question. Ce chapitre présente quelques principes de base et un programme d'action pour un tourisme plus durable articulé autour de 12 objectifs.
- 2) **Implications politiques d'un programme d'action pour le tourisme durable** : les 12 objectifs pour un tourisme plus durable sont successivement passés en revue en définissant les domaines d'action publique correspondants.
- 3) **Structures et stratégies pour un tourisme plus durable** : comment mettre en place les structures qui permettront aux gouvernements d'œuvrer avec d'autres pour un tourisme plus durable et quelles sont les stratégies nécessaires pour élaborer et piloter les politiques et les initiatives. Une attention particulière est portée aux liens entre structures nationales et locales et aux stratégies favorisant un tourisme durable.
- 4) **Structurer et orienter le tourisme durable** : processus d'élaboration d'une stratégie touristique qui englobe le développement durable et identification de certains des choix stratégiques qui doivent être faits. Ce chapitre s'intéresse au choix des produits et des marchés et présente les outils qui peuvent être utilisés pour influencer l'évolution du tourisme, le fonctionnement des entreprises du secteur et le comportement des visiteurs.
- 5) **Instruments pour un tourisme plus durable** : description détaillée d'un ensemble d'outils et de la façon dont les gouvernements peuvent les utiliser, notamment



les indicateurs de durabilité, la planification, la création d'infrastructures, la législation et la réglementation, ainsi qu'un ensemble d'instruments volontaires.

Le tourisme et le développement durable étant deux thèmes extrêmement vastes, un guide comme celui-ci ne peut que survoler beaucoup d'entre eux. Pour les lecteurs qui souhaitent approfondir et élargir leurs connaissances, la dernière partie du guide donne une liste détaillée de sources d'informations du PNUE et de l'OMT.

### Encadré I.1 – Motivations initiales et facteurs déclenchants

Il est instructif de s'interroger, pour commencer, sur les différentes motivations qui peuvent amener un pays ou une destination touristique à accorder plus d'attention aux questions de développement durable lors de l'élaboration de sa politique touristique.

- Un positionnement national fondamental et délibéré qui met le développement durable en tête des priorités  
*En Afrique du Sud, toutes les politiques récentes visent à soutenir un processus de reconstruction et de développement qui a pour éléments moteurs l'autonomisation et la transformation de la société.*
- La perception du besoin de changer d'orientation en renonçant au tourisme à fort impact afin de réduire les effets sur l'environnement local et d'améliorer la qualité de l'offre de produits en accord avec les nouvelles tendances du marché.  
*Calvià (Espagne) le Mexique et l'Égypte sont des exemples de destinations où les stations balnéaires et les villes du patrimoine, bien établies ou en plein essor, ont compris qu'une meilleure planification et un impact réduit sur l'environnement étaient déterminants pour la viabilité économique et environnementale à long terme.*
- La nécessité de soutenir un produit touristique et une position sur le marché fondés sur l'attrait du milieu naturel de la région par une politique garantissant sa bonne gestion et sa durabilité future.

*Au Costa Rica, les succès précoces de l'écotourisme ont fait du pays une destination dont l'attrait principal est la nature et expliquent l'accent mis sur la durabilité dans la stratégie touristique du pays. A Kaikoura (Nouvelle-Zélande), l'importance accordée à la gestion de l'environnement est à la base de l'attrait de la ville en tant que destination verte offrant à la fois un cadre côtier exceptionnel et un produit lié à l'observation des baleines. En Écosse et en Australie, l'intérêt pour les questions de durabilité est né de l'importance de la beauté de l'environnement naturel pour le tourisme du pays.*

- La nécessité et l'opportunité d'élaborer une forme de tourisme qui soit une source de revenus pour les communautés rurales et favorise la conservation, au sein d'un cadre politique créant un contexte favorable.  
*C'est le cas de la Bulgarie où les projets individuels d'écotourisme échouaient à cause d'un manque de coordination et de marketing. Au Ghana, la création d'un réseau de projets touristiques d'initiative locale a accru l'intérêt pour le tourisme en tant qu'outil de développement durable et de lutte contre la pauvreté.*

### ***Collecte d'informations pour le guide***

Ce guide s'appuie sur l'examen de nombreuses pratiques des gouvernements à travers le monde pour l'élaboration des politiques et l'application des instruments.

L'OMT a réalisé une enquête par courrier auprès des gouvernements pour leur demander des informations sur leurs politiques et leurs initiatives en faveur de la durabilité du tourisme. Cette démarche a été complétée par une enquête auprès d'experts et de praticiens connus du PNUE et de l'OMT pour leur travail dans ce domaine. Il leur a été demandé de recommander des exemples de bonne pratique à partir d'une liste d'instruments. Un appel à communication d'exemples a également été lancé par l'intermédiaire des bureaux régionaux du PNUE lors de conférences internationales sur le sujet et à travers des publications comme le bulletin d'information de la Société internationale de l'écotourisme.

### ***Études de cas***

Dix études de cas ont été rédigées à partir des informations recueillies et sont présentées à la fin de l'ouvrage. Plutôt que de se focaliser sur certains instruments ou politiques particuliers, elles illustrent les approches globales adoptées par différents pays ou destinations. Elles ont été choisies parce qu'elles sont représentatives de différents types de destination, confrontées à divers défis et poussées par des motivations très différentes à œuvrer en faveur d'un tourisme plus durable. La plupart emploient plusieurs instruments et le propos est ici de montrer comment ils peuvent être combinés. Les études de cas illustrent une grande variété de situations que l'on peut trouver dans de nombreuses autres destinations. Des liens avec ces études de cas ponctuent le texte lorsqu'elles peuvent apporter un éclairage supplémentaire sur le sujet abordé.

Le texte est également illustré par des encadrés (comme celui qui précède) qui décrivent des instruments et approches spécifiques à travers des exemples recueillis un peu partout dans le monde.

---

# *Tourisme et développement durable*

---

# 1

Ce chapitre pose deux questions fondamentales :

- Qu'entend-on par « rendre le tourisme plus durable » ?
- Pourquoi les gouvernements doivent-ils s'en préoccuper ?

En développant une réponse à ces questions, le chapitre explique pourquoi le tourisme occupe une position particulière au regard du développement durable, aborde quelques-uns des obstacles à surmonter et fait le point sur la reconnaissance internationale dont bénéficie la durabilité du tourisme. A partir de là, il définit quelques principes de base qui doivent être respectés pour le développement d'un tourisme durable et propose un programme composé de 12 objectifs. Enfin, il montre que, même si les visiteurs et les professionnels du tourisme sont de plus en plus sensibles à ces problèmes, les gouvernements ont un rôle crucial à jouer en créant des conditions favorables et en stimulant les initiatives pour rendre le tourisme plus durable à l'avenir.

---

## 1.1 Tourisme : dynamisme et croissance

Avec 760 millions d'arrivées internationales enregistrées en 2004, soit près de 622 milliards de dollars de recettes, le tourisme est une activité mondiale majeure qui a crû de 25 % ces dix dernières années<sup>1</sup>.

Les taux de croissance prévus restent élevés et même si les tendances mondiales et régionales ont fluctué d'une année sur l'autre (dernièrement à cause des craintes suscitées par le terrorisme, les crises sanitaires telles que le SRAS et les catastrophes naturelles), le tourisme a montré une solide capacité de se rétablir rapidement.

De plus en plus de personnes ont envie de voyager et ont les moyens de le faire et l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) prévoit plus de 1,5 milliard d'arrivées internationales d'ici 2020, soit plus du double du niveau actuel<sup>2</sup>.

Les prévisions à l'horizon 2020 annoncent une croissance du tourisme dans toutes les régions du monde, la croissance relative la plus importante devant se produire dans certaines régions du monde en développement. Si l'Europe, l'Amérique du Nord et du Sud, l'Asie de l'Est et le Pacifique devraient cumuler 80 % des arrivées totales et donc maintenir leur domination en volumes, les arrivées de touristes internationaux en Afrique devraient progresser en moyenne de 5,5 % par an pendant cette période et les arrivées en Asie du Sud de plus de 6 %, par rapport à une moyenne mondiale d'un peu plus de 4 %<sup>3</sup>.

Mais les voyages internationaux ne constituent qu'un aspect du tourisme. Dans de nombreux pays, le tourisme domestique dépasse les arrivées internationales en termes de volume et de revenus générés. Il devrait lui aussi se développer fortement.

Le tourisme est par ailleurs une source majeure d'emplois, représentant 74 millions d'emplois directs selon une estimation du Conseil mondial des voyages et du tourisme (WTTC) et 215 millions (8,1 % du total mondial) si l'on prend en compte l'ensemble des effets économiques indirects du secteur. Il représente 4 218 milliards de dollars de PIB (10,4 % du total mondial), les voyages et le tourisme apportant une contribution particulièrement importante au commerce international avec plus de 12 % des exportations totales<sup>4</sup>.

## 1.2 Développement durable : un processus en évolution

La définition du développement durable la plus couramment employée est celle qui figure dans le rapport de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement durable (1987) : « *répondre aux besoins du présent sans compromettre la possibilité pour les générations futures de satisfaire les leurs* ».

Le but du développement durable est donc de créer une vie meilleure pour tous les êtres humains par des moyens qui soient aussi viables dans l'avenir qu'aujourd'hui. En d'autres termes, le développement durable est basé sur le principe d'une gestion



rationnelle des ressources du monde et de l'équité dans leur utilisation et dans la répartition des bénéfices qui en découlent.

Depuis la définition de 1987, le concept a évolué, en particulier avec l'Agenda 21, le plan d'action élaboré par la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement (Rio, 1992) et le plan d'action du Sommet mondial pour le développement durable (Johannesburg, 2002). Trois dimensions ou « piliers » du développement durable sont désormais reconnus et considérés comme essentiels :

- la viabilité économique, ce qui signifie générer de la prospérité à différents niveaux de la société et se soucier de la rentabilité de toute activité économique. Le plus important ici est la viabilité des entreprises et des activités et leur capacité de se maintenir à long terme ;
- la viabilité sociale, qui signifie respecter les droits de l'homme et l'égalité des chances pour tous dans la société. Elle passe par une répartition équitable des bénéfices, avec pour priorité la lutte contre la pauvreté. L'accent est mis sur les communautés locales, le maintien et le renforcement de leurs systèmes de subsistance, la reconnaissance et le respect des différentes cultures et la disparition de toute forme d'exploitation ;
- la viabilité environnementale, qui signifie conserver et gérer les ressources, en particulier celles qui ne sont pas renouvelables ou qui sont précieuses pour la survie de l'homme. Elle exige des mesures pour réduire la pollution de l'air, du sol et de l'eau et pour conserver la diversité biologique et le patrimoine naturel.

Il est important de comprendre que ces trois piliers sont à bien des égards interdépendants et peuvent aussi bien se renforcer mutuellement qu'être en concurrence. Parvenir au développement durable, c'est trouver un équilibre entre ces trois exigences.

### **1.3 Tourisme et développement durable : une relation particulière**

Le tourisme occupe une position spéciale par rapport à la contribution qu'il peut apporter au développement durable et aux défis qu'il pose : d'une part, parce que c'est un secteur dynamique et en plein essor, qui apporte une contribution majeure à l'économie de nombreux pays et destinations locales ; d'autre part, parce que c'est une activité qui crée **une relation particulière entre les consommateurs (les visiteurs), les professionnels, l'environnement et les communautés locales.**

Cette relation spéciale naît du fait que, contrairement à la plupart des autres secteurs, le consommateur de tourisme (le touriste) se déplace jusqu'au producteur et au produit. Cela induit trois caractéristiques importantes et uniques de la relation entre le tourisme et le développement durable :

- Interaction : en tant qu'activité de services qui consiste à faire découvrir de nouveaux lieux, le tourisme implique par nature de multiples interactions, directes et indirectes, entre les visiteurs, les communautés d'accueil et leur environnement local ;

- Sensibilisation : le tourisme fait prendre conscience aux gens (visiteurs et hôtes) des problèmes d'environnement et des différences entre nations et cultures. Cela peut modifier les attitudes et les préoccupations par rapport aux questions de développement durable, au cours du voyage mais aussi pour toute la vie ;
- Dépendance : de nombreux touristes recherchent des environnements intacts et propres, des aires naturelles attrayantes, des traditions historiques et culturelles authentiques et des hôtes accueillants avec lesquels ils puissent avoir de bonnes relations. Le secteur est donc tributaire de l'existence de ces conditions.

Ce lien étroit et direct crée une situation fragile où le tourisme peut avoir des effets à la fois désastreux et très positifs sur le développement durable.

Du côté des effets positifs, le tourisme peut :

- Etre une source croissante d'opportunités de développement d'entreprises et de création d'emplois, ainsi que de stimulation des investissements et de soutien aux services locaux, même dans les communautés relativement isolées ;
- Conférer une valeur économique tangible aux ressources naturelles et culturelles, ce qui peut se traduire par des revenus directs (dépenses des visiteurs) pour leur conservation et par un soutien accru des communautés locales à la conservation ;
- Etre un facteur de compréhension interculturelle et de paix.

A l'inverse, le tourisme peut :

- Exercer une pression directe sur les écosystèmes fragiles, provoquant la dégradation de l'environnement physique et perturbant la faune et la flore sauvages ;
- Exercer une pression considérable sur les communautés d'accueil et conduire à la désorganisation des sociétés traditionnelles ;
- Etre en compétition pour l'utilisation de ressources rares, principalement le sol et l'eau ;
- Apporter une contribution majeure à la pollution locale et globale ;
- Etre une source de revenus vulnérable et instable, car souvent très sensible aux modifications, perçues ou réelles, de l'état environnemental et social des destinations.

Le résultat est que tous ceux qui jouent un rôle dans le tourisme ont l'énorme responsabilité de reconnaître l'importance de sa durabilité. Le tourisme peut faire beaucoup de bien. Mais il peut aussi être le vecteur de pressions susceptibles de détruire les ressources dont il est tributaire. Si on le développe sans se soucier de sa durabilité, il peut non seulement faire du tort aux sociétés et à l'environnement, mais aussi receler les germes de sa propre destruction.

Du point de vue des gouvernements, les politiques touristiques qui prennent en compte les problèmes économiques, sociaux et environnementaux et qui sont élaborées en ayant présent à l'esprit son pouvoir à la fois destructeur et bénéfique, sont un moyen de canaliser dans la bonne direction les forces résultant de la croissance dynamique du secteur. Du point de vue des professionnels du tourisme, accepter cette responsabilité ce n'est pas seulement faire preuve de civisme, c'est asseoir ce civisme sur un solide intérêt personnel, car toute atteinte à l'environnement naturel, culturel ou social d'une destination peut conduire à sa destruction ou à la perte de sa valeur en

tant que produit touristique. En termes économiques, le développement durable est un moyen de garantir le facteur crucial déjà évoqué : « la viabilité des entreprises et des activités, et leur aptitude à se maintenir à long terme ».

## 1.4 Rendre toutes les formes de tourisme plus durables

Certains commentateurs et institutions ont laissé entendre que le tourisme durable était une forme particulière de tourisme attirant un marché étroit, sensible aux impacts environnementaux et sociaux, pour lequel il existe des types particuliers de produits et d'opérateurs et qui se caractérise généralement, contrairement au tourisme de masse, par sa petite échelle. C'est là une méprise dangereuse : il faut qu'il soit

### Encadré 1.1 : La définition du tourisme durable de l'Organisation mondiale du tourisme

Les principes de développement et les méthodes de gestion du tourisme durable sont applicables à toutes les formes de tourisme et tous les types de destination, y compris le tourisme de masse et les divers segments spécialisés. Les principes du développement durable concernent les aspects environnementaux, économiques et socioculturels du développement du tourisme et le but est de trouver le juste équilibre entre ces trois dimensions pour garantir sa viabilité à long terme.

D'où il découle que le tourisme durable doit :

- 1) Faire un usage optimal des ressources environnementales qui sont un élément clé du développement du tourisme, en préservant les processus écologiques essentiels et en contribuant à la conservation des ressources naturelles et de la biodiversité ;
- 2) Respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, conserver leur patrimoine culturel bâti et vivant, ainsi que leurs valeurs traditionnelles, et contribuer à la tolérance et à la compréhension interculturelles ;
- 3) Garantir des activités économiques viables à long terme en apportant à tous les acteurs des retombées socio-économiques équitablement réparties, notamment des possibilités d'emploi et de revenus stables, des services sociaux aux communautés d'accueil, et en contribuant à la lutte contre la pauvreté.

Le développement d'un tourisme durable exige la participation éclairée de toutes les parties prenantes concernées, ainsi qu'une volonté politique forte pour garantir une large participation et un large consensus. Assurer la viabilité du tourisme est un processus continu qui exige un contrôle permanent des impacts, et l'introduction de mesures préventives et/ou correctives nécessaires en tant que de besoin.

Le tourisme durable doit également maintenir un haut niveau de satisfaction des touristes et leur permettre de vivre des expériences intéressantes, en les sensibilisant aux problèmes de développement durable et en leur faisant mieux connaître les pratiques de tourisme durable.



bien clair que l'expression « tourisme durable », qui désigne un « tourisme basé sur les principes du développement durable », fait référence à un objectif fondamental : rendre **toutes les formes** de tourisme plus durables. Le terme doit être employé pour désigner une condition du tourisme, pas un type de tourisme. Correctement géré, le tourisme de masse peut et devrait être aussi durable que le tourisme à petite échelle, dispersé ou axé sur des centres d'intérêt particuliers.

De plus, le tourisme durable ne doit pas laisser entendre qu'il existerait un état « fini » du tourisme. En fait, il est souvent dit que le tourisme pourrait n'être jamais totalement viable : le développement durable du tourisme est un processus d'amélioration permanent.

La confusion concernant la signification de l'expression « tourisme durable » a été accentuée par l'emploi du terme « écotourisme » comme synonyme de tourisme durable. Or, si l'écotourisme adhère aux principes du tourisme durable, il fait explicitement référence à un produit bien spécifique. Il s'agit d'une forme de tourisme pratiquée dans des régions naturelles, comportant une forme d'interprétation du patrimoine naturel et culturel, soutenant la conservation et des communautés autochtones et généralement organisée pour de petits groupes. Le développement de l'écotourisme peut être un outil utile dans le cadre de stratégies générales de tourisme plus durable, comme exposé dans la Déclaration du Québec sur l'écotourisme en 2002<sup>5</sup>.

L'OMT a donné la définition complète du tourisme durable (voir encadré 1.1), en insistant sur la nécessité de rendre toutes les formes de tourisme durables. En termes simples, le tourisme durable peut être défini comme étant :

*« 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. »*

Rendre le tourisme plus durable signifie prendre en compte ces impacts et ces besoins dans la planification, le développement et la conduite des activités touristiques. C'est un processus d'amélioration permanent, qui s'applique aussi bien au tourisme urbain et balnéaire qu'au tourisme rural et côtier, de montagne et dans les aires protégées. Il est valable pour toutes les formes de tourisme d'affaires et de loisirs.

## 1.5 Les principaux enjeux d'un tourisme plus durable

A l'instar d'autres secteurs, le tourisme est confronté à des défis globaux majeurs. Cinq d'entre eux sont abordés ci-dessous. S'ils ne rendent pas compte de la totalité des défis auxquels le tourisme doit faire face, tous constituent des questions importantes reconnues comme telles dans le monde. Elles permettent ici d'illustrer les multiples impacts et opportunités liées au tourisme, et de mettre en lumière quelques-unes des nombreuses raisons pour lesquelles les gouvernements devraient s'inquiéter sérieusement de son développement durable.





### ***Gérer une croissance dynamique***

La multiplication par deux des mouvements de touristes prévue pour les 15 à 20 prochaines années générera des pressions considérables. Si l'on veut éviter de porter atteinte aux ressources dont le tourisme est tributaire, il faut gérer correctement cette croissance. Ceci requiert une planification soignée de la localisation et des types d'aménagement, une amélioration des pratiques de gestion de l'environnement et une influence accrue sur les modes de consommation.

Certains types de lieux, notamment ceux énumérés ci-dessous, sont particulièrement vulnérables aux pressions :

- Les environnements côtiers et marins où des aménagements implantés sur des sites mal choisis, une gestion des déchets des stations balnéaires et des croisières inadaptée, et la surconsommation générale des touristes provoquent une sérieuse perte d'habitats naturels et d'attrait des sites ;
- Les villes historiques et les sites du patrimoine culturel où les pressions et la surfrequentation des visiteurs ainsi que le trafic lié à leurs déplacements remettent en cause l'attrait des lieux et la qualité de vie des résidents ;
- Les environnements naturels fragiles où des niveaux de fréquentation même faibles peuvent mettre en péril la biodiversité.

### ***Le changement climatique***

Le changement climatique est un problème majeur pour la viabilité à long terme du tourisme et ce à double titre : parce qu'il aura des conséquences sur le tourisme et parce que le tourisme est une des causes du changement climatique.

Les effets du changement climatique, comme l'élévation des niveaux des mers, l'augmentation de la fréquence et de la violence des marées et des tempêtes, l'érosion des plages, le blanchissement du corail et les ruptures d'alimentation en eau, menacent de nombreuses destinations côtières. Les lieux de villégiature en montagne souffriront également de l'élévation de la limite des neiges et le raccourcissement de la saison de sports d'hiver. Les changements de température et des régimes de précipitations modifieront l'attrait du marché dans la plupart des régions du monde, bien que de façons différentes, en fonction de l'interaction des effets incitatifs et dissuasifs dans les pays d'origine et de destination. Le tourisme pourrait être aussi touché par d'autres facteurs comme la propagation des maladies tropicales et la disponibilité de l'eau. Certains de ces impacts se font déjà sentir.

Le tourisme pourrait être responsable de 5,3 % des émissions anthropiques de gaz à effet de serre, les transports constituant environ 90 % de ce pourcentage<sup>6</sup>. Selon les estimations, les avions représentent 2 à 3 % de la consommation totale de combustibles fossiles dans le monde et jusqu'à 3,5 % de l'effet de serre anthropique, plus de 80 % de ces chiffres étant le fait de l'aviation civile<sup>7</sup>. D'après les tendances actuelles, ces impacts devraient augmenter considérablement, le transport aérien étant l'une des sources d'émission de gaz à effet de serre qui s'accroît le plus rapidement.

***Lutte contre la pauvreté***

Réduire de moitié la pauvreté dans le monde d'ici 2015 est le but des Objectifs de développement du Millénaire des Nations Unies. La contribution potentielle du tourisme à cet objectif est de plus en plus reconnue, en partie parce que qu'il s'agit d'un des rares secteurs où, grâce à leurs ressources culturelles et naturelles, les pays pauvres ont comparativement un avantage économique. Parce qu'il constitue souvent une nouvelle source de revenus dans les zones rurales qui concentrent les trois quarts des personnes vivant au-dessous du seuil de pauvreté, le développement du tourisme procure des opportunités pour contribuer à la lutte contre la pauvreté. C'est aussi une activité qui utilise beaucoup de main-d'œuvre et où il y a peu de barrières à l'embauche. La gageure est de trouver de meilleurs moyens de canaliser les dépenses des visiteurs vers les plus démunis, y compris par le biais de l'économie informelle.

L'autre défi à relever est celui de l'inversion de la tendance à payer peu les employés du secteur. Tous les pays doivent veiller à ce que les gens employés dans le tourisme soient correctement rémunérés, bien traités et qu'ils bénéficient de possibilités d'avancement.

***Aide à la conservation***

La nécessité de trouver davantage de ressources financières pour soutenir la conservation de l'environnement est un problème mondial dont la gravité varie toutefois d'un pays à l'autre. Les fonds reçus par les aires protégées des pays en développement représentent souvent moins de 30 % de leurs besoins élémentaires et certains gouvernements ont réduit leurs budgets de conservation de plus de 50 % ces dix dernières années.

Le tourisme constitue d'ores et déjà une contribution directe majeure aux revenus des aires protégées et des sites du patrimoine par le biais des droits d'entrée, des permis, des concessions, etc. ; cette contribution peut être élargie. Plus généralement, le tourisme peut devenir un moteur pour une gestion plus durable des terres dans toutes les régions du monde en fournissant une source de revenus supplémentaire ou alternative aux fermiers et aux communautés rurales qui sont tributaires de la bonne gestion des ressources naturelles.

***Santé, sûreté et sécurité***

Récemment les incertitudes liées à la santé et la sûreté des voyages et de certaines destinations ont provoqué des fluctuations considérables de flux de touristes. Même s'il s'agit probablement d'un phénomène à court terme et si le rétablissement des flux est souvent rapide, cet aspect doit être considéré globalement dans la problématique de la durabilité du tourisme. Les implications ont trait aux politiques mises en place en matière d'image, de gestion de l'information et aux mesures spécifiques visant à améliorer la sûreté et la sécurité des touristes.

**1.6 Reconnaissance internationale**

L'importance que revêt le tourisme pour le développement durable et la nécessité qu'il intègre les principes du développement durable sont reconnues de manière croissante dans les forums internationaux et sont reflétées dans plusieurs déclarations.



### ***La Commission du développement durable des Nations Unies, 7e session, 1999***

La septième session de la Commission du développement durable des Nations Unies (CDD) a appelé les gouvernements à faire avancer le développement du tourisme durable. Elle a particulièrement insisté sur la nécessité que soient élaborés des politiques, stratégies et plans directeurs pour un tourisme durable basés sur l'Agenda 21, afin de fournir aux organisations concernées, au secteur privé et aux populations autochtones et locales une orientation et des moyens pour concentrer leur action. Elle a souligné le caractère indispensable que revêtent la consultation de toutes les parties prenantes et le travail en partenariat avec elles. Elle a demandé le renforcement des capacités avec les communautés locales et le déploiement d'instruments parmi lesquels les accords et initiatives volontaires. Les aides aux PME ainsi que la diffusion d'une information adaptée aux touristes ont également été listées.

### ***Le Code mondial d'éthique du tourisme de l'OMT, 1999***

Ce code a été approuvé par l'Assemblée générale des Nations Unies en 2001 qui a invité les gouvernements et autres acteurs du secteur du tourisme à transcrire le contenu du code dans la législation, les règlements et les pratiques professionnelles principaux. Le code reprend la plupart des principes de développement durable du tourisme développés par la CDD et d'autres. Il place aussi un accent particulier sur le rôle particulier que joue le tourisme dans la compréhension mutuelle et le respect entre les peuples, et comme instrument d'accomplissement personnel et collectif. Des articles distincts définissent le droit au tourisme (« La possibilité d'un accès direct et personnel aux découvertes et à la jouissance des ressources de la planète est un droit dont bénéficient tous les habitants de la Terre sans distinction ») et la liberté de mouvement des touristes, basés en partie sur la Déclaration universelle des droits de l'homme. Il définit aussi les droits des travailleurs et des entrepreneurs du secteur du tourisme en matière de reconnaissance, de formation, de protection sociale et autres aspects.

### ***La Convention sur la diversité biologique, Recommandations concernant la biodiversité et le développement du tourisme, 2003***

Ces recommandations ont été adoptées en 2003 par la Conférence des Parties à la Convention sur la diversité biologique (CDB). Les gouvernements sont invités à les intégrer lors de l'élaboration ou de la révision de leurs stratégies et plans de développement touristique, de leurs stratégies nationales de biodiversité et plans d'action et autres stratégies sectorielles apparentées, en consultant les parties intéressées. Les recommandations définissent un processus en 10 étapes pour l'élaboration des politiques, la planification du développement et la gestion du tourisme dans les destinations ou sur les sites. Il couvre la collecte de données, la définition de stratégies et d'objectifs, la révision de la législation, l'évaluation et la gestion des impacts, la prise de décisions, la mise en œuvre, le suivi et la gestion adaptative. Les recommandations fixent également des exigences de notification préalable de tout projet d'aménagement ainsi qu'en matière de renforcement des capacités permettant de soutenir l'ensemble du processus.

### ***Déclaration du Québec sur l'écotourisme, 2002***

Il s'agit de la déclaration du Sommet mondial de l'écotourisme qui a été le point culminant de l'Année internationale de l'écotourisme (2002) des Nations Unies. Elle

expose les recommandations des participants au sommet aux gouvernements, aux professionnels du tourisme et autres acteurs, sur les diverses mesures à prendre pour favoriser le développement de l'écotourisme. Plusieurs concernent des instruments spécifiques abordés plus loin dans cet ouvrage. La déclaration reconnaît explicitement la pertinence des approches élaborées pour l'écotourisme à la tâche plus vaste de rendre toutes les formes de tourisme plus durables.

### ***Le Sommet mondial sur le développement durable, Johannesburg, 2002***

Dans son Plan d'action, le SMDD préconise la promotion du tourisme durable comme l'une des stratégies de protection et de gestion des ressources naturelles qui sont à la base du développement économique et social. Bien que n'étant pas prescriptif, le plan (article 43) met l'accent sur la coopération internationale, l'assistance technique aux populations, la gestion des visiteurs et un meilleur accès au marché. Le développement du tourisme est également spécifiquement mentionné parmi les mesures à prendre pour permettre le développement durable des petits États insulaires et de l'Afrique, ainsi que pour la gestion de l'énergie et la conservation de la biodiversité.

## **1.7 Principes directeurs et approches**

L'élaboration et la mise en œuvre de politiques de tourisme durable doivent reposer sur un certain nombre de principes et d'approches à portée universelle. Certains sont inhérents aux principes du développement durable, d'autres ont été identifiés au fil du temps par ceux qui travaillent dans le secteur. Ces concepts et principes sont présentés ci-après.

### ***Impulser une direction***

#### *Adopter un point de vue holistique*

La planification et le développement du tourisme ne doivent pas constituer des initiatives isolées. Le tourisme doit s'inscrire dans le développement durable des communautés, au même titre que les autres activités. Son impact sur d'autres secteurs, en termes de compétition pour l'utilisation des ressources et de soutien mutuel, doit être pris en compte. Il faut éviter toute dépendance excessive d'une économie et d'une société à l'égard du tourisme. Une approche holistique suppose aussi que l'on tienne compte de tous les impacts et des relations et liens en son sein même et que l'on considère les incidences que l'ensemble des politiques publiques peuvent avoir sur le tourisme et inversement.

#### *Rechercher la participation de l'ensemble des acteurs concernés*

Le tourisme durable est une affaire de contrôle local mais aussi de travail commun. Tous ceux qui sont impliqués dans le tourisme doivent avoir la possibilité d'influer sur son développement et sa gestion. Cela peut prendre la forme de partenariats formalisés ou d'accords plus informels, et impliquer le renforcement et l'utilisation des structures démocratiques locales.

#### *Planifier pour le long terme*

Les approches à court terme doivent être évitées et les visions à long terme encouragées, en mobilisant les ressources de manière adaptée. Autant que possible, les



initiatives doivent être autosuffisantes. Les projets structurés autour de contributions et moyens financiers à court terme doivent s'inquiéter de savoir comment les initiatives, une fois lancées, pourront être pérennisées dans le plus long terme.

#### *Se préoccuper des impacts globaux et locaux*

Les impacts sur l'environnement et les communautés locales sont souvent manifestes. Il est donc souvent plus facile d'obtenir un soutien pour les politiques qui se préoccupent de ces impacts que pour celles qui se préoccupent de problèmes globaux. Cependant, le développement durable du tourisme doit accorder autant d'attention aux impacts globaux que locaux, notamment eu égard à la pollution qu'il génère (gaz à effet de serre, par ex.) et à l'utilisation des ressources non renouvelables. Ces impacts globaux ont en outre un effet direct sur le tourisme (par ex. le changement climatique).

#### *Promouvoir une consommation durable*

Le développement durable n'est pas seulement une question d'offre. La même attention doit être portée aux modes de consommation et à leurs impacts. Cela signifie agir sur le volume et la nature de la demande touristique, les choix des touristes (tels que les produits sélectionnés et les modes de transport), leurs activités et comportements.

#### *Mettre le développement durable sur un pied d'égalité avec la qualité*

L'idée qu'une destination ou un produit touristique de qualité doit prendre en compte l'ensemble des problèmes de développement durable et ne pas s'axer uniquement sur la satisfaction du visiteur devrait être acceptée par tous. Les touristes doivent être incités à considérer qu'il y a plus de chances pour qu'un lieu qui se soucie de l'environnement et de la main d'œuvre qui y travaille se préoccupe également d'eux.

### **Élaborer l'approche**

#### *Intégrer tous les impacts dans les coûts : le principe du « pollueur payeur »*

Selon le principe du « pollueur payeur », c'est celui qui a des impacts sur l'environnement qui doit supporter les coûts correspondants lesquels doivent, dans la mesure du possible, être intégrés dans les coûts financiers. Ce principe a des implications majeures en termes d'élaboration des politiques et d'utilisation d'instruments économiques pour influencer la consommation et la pollution. Dans le secteur du tourisme, il a par exemple des implications au niveau du prix des activités suivantes : transports, accès aux sites, élimination des déchets, etc.

#### *Minimiser la prise de risques : le principe de précaution*

Une évaluation sérieuse des risques est une composante importante du développement du tourisme durable. Faute d'éléments suffisants pour apprécier l'impact possible d'un aménagement ou d'une activité, c'est le principe de précaution qui doit être adopté, ce qui signifie prendre des mesures pour prévenir tout dommage plutôt que de chercher des remèdes après coup.

#### *Adopter une perspective basée sur le cycle de vie*

L'évaluation du cycle de vie prend pleinement en compte les impacts sur toute la durée de vie d'un produit ou service, et inclut les ressources utilisées, le choix du site et la conception, le développement et la construction, tous les moyens mis en œuvre pour son fonctionnement, son élimination et les conséquences et implications en fin de vie.

*Envisager des alternatives fonctionnelles*

Il convient de se demander si la même fonction peut être accomplie et le même résultat obtenu avec une solution qui peut être bénéfique et avoir moins d'impacts négatifs sur les ressources. Par exemple, dans une stratégie visant à améliorer la satisfaction des visiteurs en leur proposant de nouvelles activités de loisirs, il s'agit de donner la préférence aux options qui ont le moins d'impacts environnementaux et sociaux négatifs et le plus de bénéfices économiques.

*Respecter les limites*

La volonté et la capacité de limiter l'ampleur du développement touristique ou l'affluence des touristes sur une destination ou sur un site sont centrales dans le concept de tourisme durable. Les facteurs de limitation peuvent être la résilience écologique, la capacité en ressources naturelles, les préoccupations de la communauté, la satisfaction des visiteurs, etc. Ces facteurs doivent être pris en compte pour fixer les limites qui doivent être respectées par l'ensemble des acteurs concernés.

**Favoriser une amélioration permanente***S'adapter à l'évolution du contexte*

L'action et la gestion adaptatives constituent un aspect important du développement durable. Le tourisme est sensible au contexte en termes de performance et de niveau d'impact. Les menaces mondiales, comme le changement climatique et le terrorisme, doivent être prises en compte dans la planification du tourisme et dans l'introduction de la gestion du risque dans les politiques mises en place.

*Assurer un suivi permanent à l'aide d'indicateurs*

Une gestion rationnelle du tourisme suppose que l'on puisse disposer rapidement de données sur l'évolution des impacts dans le temps, afin de pouvoir ajuster en conséquence les politiques et les mesures à prendre. Il faut établir des indicateurs relatifs aux buts et objectifs du développement durable afin de suivre l'état, les résultats et les impacts du tourisme. Des programmes de suivi rentables doivent être mis en place.

**1.8 Un programme pour le tourisme durable**

Il convient, pour définir un programme de développement durable du tourisme, de prendre en compte le concept général de développement durable, la place spécifique du tourisme et des accords conclus sur la scène internationale.

Ce programme devra couvrir deux aspects interdépendants de la durabilité du tourisme :

- la capacité du tourisme de se maintenir en tant qu'activité dans le futur, en veillant à ce que les conditions soient réunies pour cela ;
- la capacité de la société et de l'environnement d'absorber et de tirer avantage des impacts du tourisme de façon durable.

Sur cette base, un programme de développement durable du tourisme peut être articulé autour de douze objectifs ayant trait aux impacts économiques, sociaux et environnementaux. Un programme ainsi formulé peut servir de cadre pour élaborer des politiques favorisant un tourisme plus durable et qui identifie et reconnaisse les

deux axes sur lesquels la politique menée dans ce secteur peut influencer :

- la minimisation des impacts négatifs du tourisme sur la société et l'environnement ;
- la maximisation de la contribution positive et créative du tourisme aux économies locales, à la conservation du patrimoine naturel et culturel et à la qualité de la vie des populations d'accueil et des visiteurs.

Les douze objectifs d'un programme en faveur du tourisme durable sont :

- 1) La viabilité économique  
Assurer la viabilité et la compétitivité des destinations et entreprises touristiques afin qu'elles puissent continuer à prospérer et générer des bénéfices à long terme.
- 2) La prospérité au niveau local  
Maximiser la contribution du tourisme à la prospérité économique de la destination hôte, notamment la proportion de dépenses touristiques réalisées dont bénéficie la communauté locale.
- 3) La qualité de l'emploi  
Renforcer le nombre et la qualité d'emplois locaux créés et supportés par le tourisme, notamment les niveaux de salaire, les conditions de travail et l'égalité des chances devant l'emploi, sans discrimination de sexe, de race, de handicap ou autre.
- 4) L'équité sociale  
Rechercher une répartition large et juste des bénéfices économiques et sociaux du tourisme dans l'ensemble de la communauté bénéficiaire, notamment en améliorant les opportunités d'emploi, les revenus et les services proposés aux plus pauvres.
- 5) La satisfaction des visiteurs  
Offrir à tous les visiteurs des activités sûres, enrichissantes et appréciées, sans discrimination fondée sur le sexe, la race, le handicap ou autre.
- 6) Le contrôle local  
Faire participer les communautés locales, en leur en donnant les moyens, à la planification et au processus décisionnel concernant la gestion et l'évolution future du tourisme dans leur région, en consultation avec les autres acteurs.
- 7) Le bien-être des communautés  
Maintenir et améliorer la qualité de vie des communautés locales, notamment les structures sociales et l'accès aux ressources, aux services collectifs et aux systèmes d'assistance à la vie, en évitant toute forme de dégradation ou d'exploitation sociale.
- 8) Richesse culturelle  
Respecter et renforcer le patrimoine historique, la culture authentique, les traditions et les particularités des communautés d'accueil.
- 9) Intégrité physique  
Maintenir et améliorer la qualité des paysages, urbains et ruraux, et éviter toute dégradation physique et visuelle de l'environnement.



10) Diversité biologique

Soutenir la conservation des aires naturelles, des habitats, de la faune et de la flore sauvages, et limiter le plus possible les dommages qu'ils peuvent subir.

11) Utilisation rationnelle des ressources

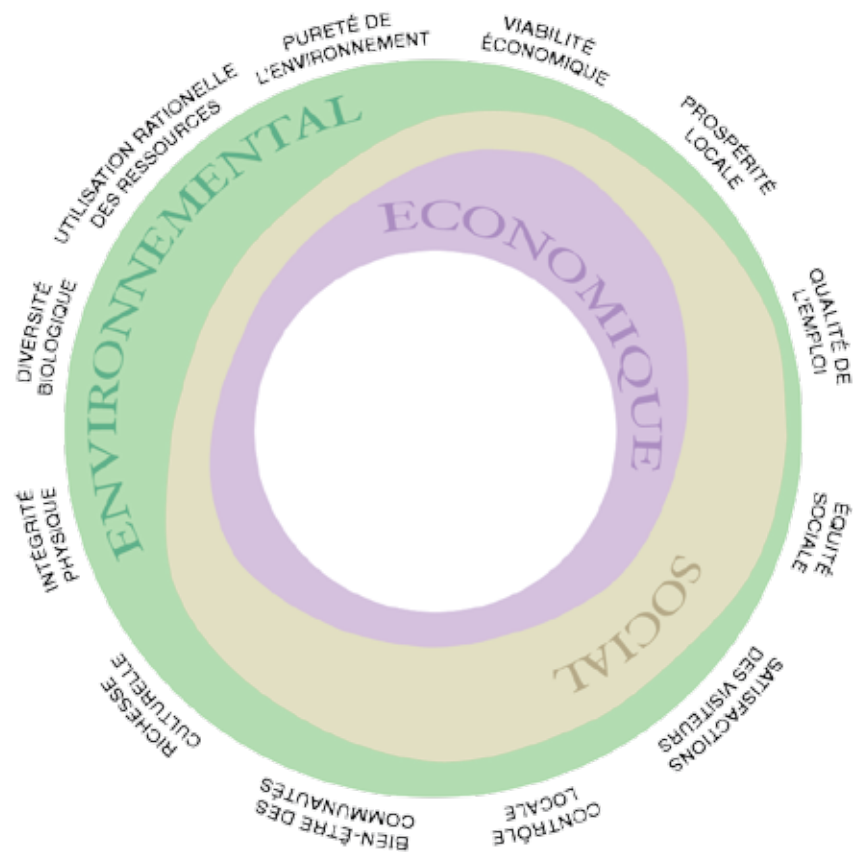
Limiter au maximum l'utilisation des ressources rares et non renouvelables dans le développement et l'exploitation des infrastructures et services touristiques.

12) Pureté de l'environnement

Limiter au maximum la pollution de l'air, de l'eau et du sol et la production de déchets par les entreprises touristiques et les visiteurs.

L'ordre dans lequel ces objectifs sont présentés n'implique pas un quelconque ordre de priorité. Ils revêtent tous la même importance.

**Figure 1.1 – Liens entre les 12 objectifs et les piliers du développement durable**



Beaucoup de ces objectifs concernent une combinaison de problèmes et impacts environnementaux, économiques et sociaux, comme l'illustrent la figure 1.1 et les exemples suivants :

- La viabilité économique est fortement tributaire du maintien de la qualité de l'environnement local.





- Satisfaire le visiteur, c'est répondre à ses besoins et créer des débouchés (objectif social) , mais c'est également crucial pour la viabilité économique.
- La richesse culturelle est souvent considérée comme relevant de la sphère sociale du développement durable, mais elle a une énorme influence sur les aspects environnementaux à travers l'environnement bâti et les dimensions culturelles de l'interaction de la société avec la nature.
- Le bien-être des communautés, qui peut être considéré comme un objectif principalement social, a de fortes corrélations avec la gestion des ressources environnementales, par exemple l'accès à l'eau douce.
- Les questions de qualité de l'emploi et d'équité sociale, comme la lutte contre la pauvreté, sont étroitement liées aux problèmes de viabilité économique et sociale.

## 1.9 Le point de vue des gouvernements, du marché et des entreprises

Les gouvernements doivent reconnaître que de plus en plus d'entreprises du secteur privé et de visiteurs s'intéressent à la durabilité du tourisme. Ils doivent en tenir compte quand ils cherchent à persuader les professionnels du tourisme de prendre le développement durable plus au sérieux, en faisant valoir les avantages d'une approche plus durable pour développer leurs affaires et pour leurs bénéficiaires.

### *Comprendre les attitudes des touristes : plus qu'un marché de niche*

Les gouvernements doivent comprendre ce qui est important pour les touristes s'ils veulent pouvoir influencer efficacement leur comportement. Aux dires de certains, les touristes ne seraient pas, dans leur majorité, intéressés par la durabilité de leurs voyages, ce qui est un obstacle majeur à l'instauration d'un tourisme plus durable. L'interprétation de la réaction des touristes dépend toutefois de la nature des questions posées.

Ainsi, bien que des études sur le marché de l'écotourisme (par ex. celles effectuées par l'OMT<sup>®</sup>) aient conclu qu'il s'agit effectivement d'un petit marché spécialisé (mais en plein essor), ces études avaient précisément pour objet d'identifier les touristes et les voyageurs recherchant ou proposant des vacances à thème axées sur l'observation de la nature et sa conservation. Les études plus larges qui ont tenté de déterminer dans quelle mesure les consommateurs étaient intéressés par les liens entre leurs activités de touristes et l'environnement et les communautés d'accueil (plutôt que leur réaction au concept de développement durable en général) suggèrent un écho beaucoup plus vaste sur le marché. Elles font apparaître :

- De hauts niveaux de préoccupation pour l'environnement et la société dans les destinations où le problème risque de nuire directement au bien-être même du touriste (par ex. propreté de l'eau et niveau de sécurité).
- Un intérêt majeur et croissant des touristes pour les visites de sites naturels et culturels pendant leurs vacances et la valeur éducative et authentique de ces expériences. Cela vaut aussi bien pour les vacanciers en général que pour ceux qui s'intéressent à des sujets particuliers.
- Le nombre important de touristes qui se disent soucieux de l'impact de leur

voyage, que ce soit à travers leurs activités ou le choix du voyageur ou prestataire de services auquel ils s'adressent.

- La volonté manifestée de payer davantage pour soutenir l'environnement et les communautés au niveau local.

Quelques données statistiques étayant ces conclusions sont présentées dans l'encadré 1.2.

### Encadré 1.2 – Données statistiques sur la réaction du marché

- a) Inquiétude des visiteurs pour leur propre bien-être
- 83 % des Britanniques qui optent pour des vacances clés en main déclarent qu'une plage sale ou une mer polluée sont des critères qui pèsent beaucoup dans leur choix de destination. 74 % sont de même influencés par le niveau de criminalité et 62 % par le taux de maladies locales<sup>9</sup>.
  - 60 % des touristes allemands se préoccupent de la propreté de l'environnement, 51 % de la pollution sonore et 46 % de la protection de la nature sur le lieu de destination<sup>10</sup>.
- b) Intérêt pour des activités diversifiées
- 61 % des touristes américains recherchent des voyages avec visite de sites naturels, historiques ou culturels bien préservés. 53 % reconnaissent être plus satisfaits de leur voyage quand ils s'informent sur les habitudes, la géographie et la culture de leur destination<sup>11</sup>.
  - Trois touristes britanniques sur quatre estiment que leur voyage devrait inclure des découvertes de la culture et la cuisine locales<sup>12</sup>.
- c) Souci de l'impact de leurs activités
- Les trois quarts des touristes américains pensent qu'il est important que leur visite ne nuise pas à l'environnement<sup>13</sup>.
  - 51 % des touristes britanniques disent que le manque de nourriture et d'eau des populations locales sont des critères déterminants dans leur choix d'une destination<sup>14</sup>.
  - 65 % des touristes britanniques pensent que la réputation du voyageur en matière d'environnement est importante<sup>15</sup>.
  - 82 % des touristes hollandais trouvent que donner des informations sur l'environnement dans les brochures de voyages est une bonne idée<sup>16</sup>.
- d) Consentir à payer plus
- 53 % des touristes britanniques seraient prêts à payer plus cher leurs vacances pour garantir des salaires décentes et de bonnes conditions de travail aux travailleurs de la destination. 45 % seraient prêts à le faire pour soutenir la préservation de l'environnement local et pour limiter les effets négatifs du tourisme sur l'environnement. Le supplément moyen indiqué est d'environ 5 % du prix du séjour<sup>17</sup>.
  - 69 % des touristes danois qui séjournent dans des hôtels bénéficiant d'un écolabel sont prêts à payer plus cher leur séjour du fait de cette classification environnementale.



Malgré ces réactions positives, il est important de rester réaliste quant au rapport de force entre les différents facteurs qui influencent le choix des vacances. L'expérience et des enquêtes auprès des touristes semblent indiquer que la perception de l'attrait global d'une destination, le climat, la praticabilité, la qualité des infrastructures et le prix continuent de peser bien plus lourd que les préoccupations relatives à l'impact du voyage. Mais ces dernières peuvent faire pencher la balance si les autres facteurs sont comparables. Il semble aussi que les touristes se sentent plus facilement concernés par les impacts sur l'environnement local et la qualité de vie de leurs hôtes que par les impacts globaux. Enfin, il y a peu de données attestant les efforts réalisés par les touristes pour changer leurs pratiques de voyage et de consommation, malgré le souci et l'intérêt manifestés.

Le défi repose donc sur plus de volonté politique, d'incitations et d'informations si l'on veut vraiment changer les choses. Conformément à l'approche générale préconisée dans ce guide, il vaut mieux encourager tous les touristes à être plus conscients des impacts de leurs voyages, à s'intéresser à et à se soucier davantage des populations d'accueil, que d'essayer de dénicher le « touriste durable ».

### ***Responsabilité sociale et environnementale des entreprises dans le secteur du tourisme***

Les entreprises du secteur privé sont de plus en plus nombreuses à reconnaître que leurs responsabilités à l'égard de la société vont au-delà des fonctions traditionnelles de production de richesses et de profit. Les gouvernements peuvent tenir compte de cette prise de conscience dans la conception de leurs politiques et initiatives dans le domaine touristique et l'exploiter pour mobiliser les professionnels et obtenir leur adhésion.

Le concept de responsabilité sociale et environnementale des entreprises (RSE) signifie l'adoption de pratiques transparentes, basées sur des valeurs éthiques. Il commence à faire son chemin et beaucoup d'entreprises intègrent déjà des engagements sociaux et environnementaux dans la définition de leur mission. Certaines ont adopté le principe du rapport de développement durable qui consiste à mesurer et communiquer les résultats sociaux et environnementaux avec les résultats financiers.

Dans le secteur touristique, certaines entreprises ont mis en place un système de gestion de l'environnement et ont créé des fondations (ou d'autres mécanismes) de soutien à des projets sociaux et environnementaux dans les communautés où elles mènent leurs activités.

Des voyageurs ont fait des efforts pour appliquer les principes du développement durable dans la conception de leurs programmes de voyage, le choix de leurs fournisseurs, le travail avec les communautés locales et l'information des touristes, mais cela concerne surtout des voyageurs spécialisés, d'envergure restreinte. Il existe des réseaux de voyageurs partisans de cette démarche en France, en Allemagne, aux Pays-Bas et dans quelques autres pays. L'Initiative des voyageurs soutenue par le PNUE, l'UNESCO et l'OMT a des membres dans plusieurs pays et a été la première à faire adopter des bonnes pratiques durables aux voyageurs et dans les destinations où ils sont présents.

L'attitude des petits prestataires de services indépendants est difficile à appréhender. Leur réaction à des questions comme celle de la gestion de l'environnement dépend souvent de

l'intérêt personnel du propriétaire. La proportion d'établissements hôteliers individuels qui adhèrent au système d'écolabel (certification) se situe entre 1 et 10 % seulement du nombre total d'établissements dans les pays où le système existe. Il y a toutefois quelques exemples remarquables d'entreprises individuelles soutenant des projets environnementaux et sociaux locaux. Les gouvernements ont là un rôle majeur à jouer en favorisant une reconnaissance généralisée et l'adhésion de l'ensemble des professionnels du tourisme.

## 1.10 Le rôle crucial du gouvernement

Les gouvernements ont un rôle crucial à jouer dans le développement et la gestion du tourisme et dans son évolution vers plus de durabilité. Le niveau d'engagement des gouvernements dans le tourisme varie considérablement d'un bout à l'autre du monde. Les contacts établis avec eux sur la question du développement durable montrent cependant que la plupart s'efforcent, du moins en théorie, de favoriser le développement d'un tourisme durable. Cela vaut aussi bien pour les pays développés que pour les pays en développement, même si l'importance qui lui est accordée peut varier. Dans les pays en développement, l'intérêt pour le tourisme durable est davantage lié à aux problèmes de lutte contre la pauvreté et de financement de la conservation ; dans le monde développé, ce sont surtout les questions de rajeunissement des destinations et de gestion des visiteurs qui sont mises en avant.

Quelles que soient les motivations des gouvernements, l'intervention directe est un aspect mineur de leur rôle. Le tourisme est en effet principalement le domaine des entreprises privées et ce sont leurs activités, ainsi que celles des touristes, qui sont responsables de la plupart des impacts, positifs ou négatifs. L'une des fonctions premières du gouvernement, pour favoriser un tourisme plus durable, est donc de créer des conditions permettant ou encourageant l'adoption de pratiques plus durables par le secteur privé et influant sur l'évolution des flux et des comportements des visiteurs, afin de maximiser les bénéfices et de minimiser les impacts négatifs du tourisme.

Les principales raisons justifiant l'importance du rôle des gouvernements sont les suivantes :

- Les priorités du développement durable touchent prioritairement des domaines d'intérêt public plutôt que privé. Même si le secteur privé commence à reconnaître sa responsabilité, on ne peut attendre de lui qu'il adopte, seul, un rôle moteur en la matière.
- Dans tous les pays, le secteur du tourisme est fragmenté en plusieurs milliers d'entreprises, principalement des microentreprises ou des petites entreprises. Collectivement, elles peuvent faire bouger les choses, alors qu'individuellement, cela n'est que peu perceptible. : d'où le besoin de coordination. De plus, les très petites entreprises ont souvent besoin d'une assistance extérieure et de conseils pour modifier leurs activités et les adapter à de nouvelles priorités.
- Les gouvernements sont responsables de nombreuses fonctions cruciales pour le développement durable du tourisme, par exemple l'aménagement du territoire, la réglementation du travail et de la protection de l'environnement, la mise en place d'infrastructures et de services sociaux et environnementaux.
- De nombreux gouvernements apportent déjà un soutien actif au tourisme entre autres à travers des actions de marketing, des services d'information, de l'éducation, souvent dans le cadre de partenariats public-privé. Ces initiatives

doivent être poursuivies et davantage harmonisées avec les objectifs du développement durable.

Les développements et fonctions ci-dessus sont applicables aux instances gouvernementales nationales et locales.

Dans de nombreux pays, les objectifs et actions poursuivis par les gouvernements peuvent être considérés comme compatibles avec un développement durable et il convient de noter l'intérêt, certes récent mais considérable, d'inscrire les politiques touristiques dans le cadre plus large des stratégies de développement durable ou de lutte contre la pauvreté. Cependant, comme cela a déjà été évoqué, la compréhension de ce qu'exige un développement durable du tourisme, voire même de la terminologie, n'est pas homogène d'un État à l'autre. Une approche plus systématique s'avère donc nécessaire pour lier les objectifs et principes du développement durable aux politiques et à leurs instruments.

## Notes

- 1 OMT, Baromètre du tourisme mondial, juin 2005
- 2 OMT, Vision du tourisme à l'horizon 2020, 2004
- 3 OMT, Vision du tourisme à l'horizon 2020, 2004
- 4 WTTC, World Travel and Tourism Forging Ahead, 2004
- 5 La définition de l'écotourisme donnée par la Société internationale de l'écotourisme est la suivante : « voyage responsable qui préserve l'environnement des zones naturelles visitées et améliore le bien-être des populations autochtones ». La Déclaration de Québec sur l'écotourisme (2002) reconnaît que l'écotourisme repose sur les principes spécifiques suivants qui le distinguent du concept plus large de tourisme durable :
  - il contribue activement à la protection du patrimoine naturel et culturel ;
  - il associe les populations locales et autochtones à sa planification, à son développement et à son exploitation, et contribue à leur bien-être ;
  - il propose aux visiteurs une interprétation du patrimoine naturel et culturel de la destination ;
  - il se prête mieux à la pratique du voyage en individuel ainsi qu'aux voyages organisés en petits groupes.
- 6 Gössling, S. (2002) "Global environmental consequences of tourism". *Global Environmental Change* 12, 283-302
- 7 Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat, *Rapport spécial sur l'aviation et l'atmosphère mondiale* (Penner et al., 1999)
- 8 Des études de l'OMT effectuées en 2001 dans sept pays montrent que ce marché spécialisé ne représente pas plus de 2 à 5 % des voyages organisés ou à forfait
- 9 Étude de l'ABTA, 2002
- 10 Ecotrans/FUR Reiseanalyse, 2002
- 11 Travel Industry Association of America et National Geographic Traveller, *The Geotourism Study 2002*
- 12 Harold, Goodwin et Justin Francis, « Ethical and responsible tourism: consumer trends in the UK », *Journal of Vacation Marketing*, Vol 9(3), 2003
- 13 Travel Industry Association of America et National Geographic Traveller, *The Geotourism Study 2002*
- 14 Étude de l'ABTA, 2002
- 15 Goodwin et Francis (2003)
- 16 Étude de marché FEMATOUR, 2000
- 17 Étude de l'ABTA, 2002
- 18 L'Initiative des voyageurs (Tour operator's initiative - TOI) est un réseau volontaire de voyageurs qui s'engagent à intégrer le développement durable dans leurs activités. Pour en savoir plus : <http://www.toinitiative.org>

# 1

# *Implications en terme de politique d'un programme de tourisme durable*

# 2

Le chapitre précédent présentait douze objectifs pour un tourisme durable. Dans ce chapitre, ces objectifs servent de point de départ pour déterminer les domaines d'action à considérer pour **formuler des politiques et stratégies** permettant d'atteindre les objectifs. L'accent est mis sur des domaines d'action plutôt que sur des politiques spécifiques, car il appartient aux gouvernements et à leurs partenaires d'élaborer les politiques adaptées au contexte local.

Tous les domaines d'action évoqués ont un lien avec les performances et l'impact du tourisme et intéressent donc, ou devraient intéresser, les autorités nationales et locales ainsi que les autres acteurs. Dans la majorité des cas, les initiatives sur le terrain seront prises par le secteur privé. Le rôle du gouvernement est d'élaborer et de mettre en œuvre des politiques qui créent des conditions favorables à ces initiatives et à leur orientation vers un développement durable.

## 2.1 Viabilité économique

*Garantir la viabilité et la compétitivité des destinations et des entreprises du tourisme afin qu'elles puissent continuer à prospérer et à générer des bénéfices à long terme*

La prospérité des entreprises de tourisme est vitale si l'on veut que le secteur ait des retombées économiques positives pour les populations d'accueil. Malgré la croissance des marchés mondiaux du tourisme, de nombreuses entreprises sont en difficulté et il y a un taux élevé de renouvellement des entreprises dans ce secteur. Beaucoup sont des microentreprises ou des PME dotées de qualifications et d'un accès au marché limités. Il y a également de nombreux exemples, en particulier dans les pays en développement, de projets de création de produits touristiques durables (parfois sur l'initiative ou avec l'aide d'ONG ou de donateurs) qui échouent faute d'une bonne évaluation et de planification à long terme des activités.

Domaines d'action :

### ***Comprendre le marché***

La viabilité des destinations touristiques et des entreprises individuelles dépend de la capacité d'identifier les marchés qui resteront rentables à long terme ; de comprendre ce que les clients potentiels recherchent ; et de s'adapter aux tendances et à l'évolution de la situation du marché, des habitudes et des goûts des clients. Ceci requiert des études de marché régulières pour guider le développement du tourisme dans la destination et une évaluation réaliste du marché pour chaque proposition de projet.

### ***Satisfaire le touriste***

La viabilité à long terme suppose des touristes satisfaits qui reviennent et qui recommandent la destination à d'autres personnes. Il faut donc leur offrir des prestations qui comblent ou dépassent leurs attentes. Cela exige :

- de mettre l'accent sur la qualité de chaque composante de la prestation offerte, notamment l'instauration de mécanismes pour les contrôler, les identifier et les améliorer ;
- de veiller au rapport qualité-prix et à la compétitivité globale de la destination ;
- de recueillir régulièrement l'avis des visiteurs.

### ***Maintenir de bonnes conditions commerciales***

Plusieurs facteurs doivent être réunis pour que les échanges économiques se développent dans de bonnes conditions et que les entreprises de tourisme restent viables, à savoir :

- une culture de l'entreprise et un environnement économique stable : éviter, par conséquent, les contraintes réglementaires superflues ou les lourdeurs administratives et veiller à ce que le régime fiscal soit équitable. Un climat politique stable et favorable est un prérequis de la stabilité économique ;
- l'efficacité de l'accès au marché et de la promotion : les entreprises doivent pouvoir maintenir une communication d'un bon rapport coût-efficacité avec les marchés, directement ou par des intermédiaires. Pour les petites entreprises individuelles, c'est souvent un problème qui peut être résolu par des partenariats et l'établissement de



canaux de communication au niveau des destinations. L'adaptation aux nouveaux modes d'accès aux marchés et l'utilisation optimale des TIC représente des opportunités complémentaires ;

- la disponibilité d'une main-d'œuvre fiable : dans de nombreux pays, le recrutement du personnel est un énorme problème pour les professionnels du tourisme. Il peut être résolu par des politiques en faveur de la qualité de l'emploi (analysé plus avant au paragraphe 2.3) ;
- une bonne accessibilité : un accès raisonnablement rapide et peu onéreux aux marchés est souvent déterminant pour la viabilité des entreprises de tourisme. C'est un problème dans de nombreux pays en développement où les accès routiers sont souvent médiocres et les autres moyens de transport limités et où le coût et la commodité des transports aériens sont un facteur déterminant pour la compétitivité de la destination. L'exigence d'accessibilité peut être incompatible avec la nécessité de limiter au maximum la pollution de l'environnement due aux transports (développé au paragraphe 2.12) ; il faudra trouver un juste équilibre. D'autres aspects de l'accessibilité, comme les télécommunications, sont aussi des facteurs clés dans certains pays en développement.

### ***Offrir et maintenir une image attrayante de la destination***

La viabilité des entreprises individuelles est en outre fortement tributaire de la perception que les touristes ont de la destination. Trois aspects sont ici critiques :

- une image positive et cohérente : la définition de l'image, voire de la marque, de la destination, sa promotion et la capacité de faire concorder la nature et la qualité des prestations et l'image de marque sont depuis quelques années une préoccupation majeure pour de nombreuses destinations touristiques. La gestion des médias joue ici un rôle important ;
- la sûreté et la sécurité : pour être viables, les destinations doivent être sûres et perçues comme telles. Cela exige la prise en compte d'aspects comme le niveau de surveillance policière, les soins de santé accessibles aux touristes, la qualité de l'information disponible et la fourniture de services d'assistance en cas de besoin. La communication, par les gouvernements, de conseils de sécurité aux voyageurs dans le pays de départ peut avoir un impact considérable sur les performances de l'économie touristique des pays de destination ;
- la qualité générale de l'environnement : l'attrait de l'environnement naturel et culturel d'une destination et le niveau général de bien-être et d'entretien ont une importance capitale pour la viabilité des entreprises de tourisme. Quand on leur demande ce que les pouvoirs publics pourraient faire de mieux pour aider leurs entreprises, les professionnels du tourisme suggèrent souvent qu'ils accordent plus d'importance au maintien d'un environnement attrayant. Comme cela a déjà été évoqué, l'importance de l'environnement pour la viabilité économique du secteur est une spécificité du tourisme.

### ***Aider les entreprises***

La viabilité des entreprises peut être renforcée par des politiques concernant les services aux entreprises, par exemple des services de formation ou de conseil en gestion et marketing. Il est important que ces services soient adaptés aux besoins. Pour la viabilité économique à long terme, il est particulièrement crucial d'éviter toute culture de dépendance à l'égard des aides financières. Tout programme d'aide financière doit viser à donner aux entreprises et aux projets les moyens d'être autosuffisants.

## 2.2 Prospérité des destinations

*Maximiser la contribution du tourisme à la prospérité économique de la destination hôte, notamment la proportion de dépenses touristiques réalisées dont bénéficie la communauté locale*

Faire en sorte que les retombées économiques se fassent sentir là où les dépenses sont effectuées est un principe fondamental du développement durable. Dans la mesure où les communautés doivent faire face aux coûts externes associés au tourisme, il est important que les politiques s'efforcent de maximiser les bénéfices économiques pour la collectivité. Il s'agit ici de sécuriser une croissance du tourisme stable, mais aussi de mettre en place des mécanismes pour maximiser les dépenses touristiques par tête, de réduire les fuites de revenus et de développer les liens avec l'économie locale. Parce que les touristes et les entreprises qui répondent à leurs besoins font de très nombreux achats auprès de divers fournisseurs (voyagistes, producteurs de produits alimentaires, services de transport, guides, etc.), il y a souvent de nombreuses occasions d'accroître la proportion de recettes perçues localement.

Pour garantir la prospérité au niveau local, il faut veiller à ce que le tourisme soit bien intégré dans l'économie et se développe parallèlement à d'autres secteurs. Il est également important d'éviter toute dépendance excessive à l'égard du tourisme, tout en faisant le nécessaire pour qu'il soit une source de revenus régulière et fiable.

Domaines d'action :

### **Réduire les fuites de revenus**

Les fuites peuvent prendre plusieurs formes : rapatriement des profits par les investisseurs ou propriétaires non locaux ; achats effectués par les touristes hors de la destination (c'est-à-dire auprès de voyagistes internationaux) ; et achats par les touristes et les entreprises de biens importés. Des fuites de second ordre peuvent se produire si les revenus gagnés au sein d'une communauté sont dépensés à l'extérieur de cette communauté. Les politiques doivent s'efforcer de :

- soutenir les entreprises locales : si les entreprises appartiennent à des résidents locaux, il y a de fortes chances pour qu'une proportion plus importante des profits demeure sur place. Dans bien des domaines, les entreprises locales sont des microentreprises et des PME ; les politiques de soutien pourront alors être axées sur des programmes de renforcement des capacités et d'aides financières spécialement adaptés à leurs besoins. Mais cette option doit être mise en balance avec les avantages que peut apporter une entreprise étrangère ou multinationale en termes d'investissement, de savoir-faire, de création d'emplois, etc. ;
- faire en sorte qu'une proportion équitable des dépenses touristiques soit effectuée sur place. Les voyagistes internationaux ont un rôle très important à jouer dans la promotion du tourisme et l'accès à de nouveaux marchés, mais ils ne doivent pas récupérer une part excessive des dépenses des touristes. L'internet offre de nouvelles possibilités de contact direct et de réservation, ce qui permet de capter au niveau local un pourcentage plus élevé de dépenses touristiques. Dans ce contexte, les voyagistes internationaux devront activement apporter la preuve de la valeur ajoutée qu'ils peuvent apporter en termes d'accès aux marchés, de créativité des programmes et de

fidélisation des visiteurs ;

- encourager l'emploi de la main-d'œuvre locale : cela peut avoir d'importantes répercussions sur la prospérité locale. Cela a aussi des implications sur les politiques mises en place, à savoir favoriser et faciliter la disponibilité de la main-d'œuvre locale, par exemple en mettant en place des services d'éducation et de formation, des moyens de transport pour aller travailler, etc. (voir paragraphe 2.3).

### ***Renforcer les liens entre entreprises***

Renforcer les liens entre les entreprises signifie s'intéresser à la chaîne d'approvisionnement locale. Les politiques peuvent s'efforcer :

- d'encourager et de faciliter les sources d'approvisionnement local. Les voyageurs doivent être encouragés à utiliser les prestataires de services et les produits locaux qui ont le plus de chance d'avoir des retombées économiques pour les populations locales. Les prestataires de services doivent être incités à effectuer un audit des sources utilisées (par ex. les producteurs de produits alimentaires) et à recourir le plus possible à des fournisseurs locaux. Utiliser les produits locaux peut améliorer considérablement l'authenticité de l'offre touristique et l'effet multiplicateur du tourisme dans les économies locales. Obtenir un approvisionnement régulier en produits locaux de qualité peut être une gageure, mais c'est indispensable pour réduire la demande de biens importés et donc les fuites de revenus. La création de marchés de gros ou de consortiums peut faciliter le processus ;
- d'encourager les regroupements et les réseaux d'entreprises : cela signifie amener les entreprises à collaborer davantage les unes avec les autres, permettant aussi d'accroître les retombées positives pour elles et pour la population locale. Cela peut être réalisé grâce à des politiques d'aménagement du territoire qui encouragent les regroupements géographiques et par le renforcement des capacités ou le marketing pour soutenir les associations professionnelles. Des réseaux peuvent être établis entre prestataires de services comparables, pour un soutien mutuel et un partage des coûts et des bénéfices ; entre prestataires de services touristiques différents, pour renforcer le caractère forfaitaire des offres ; ou encore entre entreprises de différents secteurs (par ex. entre prestataires de services hôteliers et fournisseurs de produits alimentaires ou d'objets d'artisanat), pour renforcer la chaîne d'approvisionnement ;
- de reconnaître les besoins d'emplois multiples dont le tourisme fait partie. Dans beaucoup de régions du monde, il est courant que les gens exercent plusieurs métiers en même temps, soit comme employés soit comme gérants de plusieurs entreprises, parfois sur le même site. Ce système peut s'accommoder du caractère saisonnier du tourisme. Soutenir de telles pratiques est en parfait accord avec les principes holistiques du développement durable. Les régimes fiscaux et les politiques relatives aux pratiques commerciales doivent faciliter ce système et non le pénaliser.

### ***Influer sur les niveaux de dépenses des touristes***

La prospérité locale peut être améliorée par des politiques axées sur la demande qui s'efforcent :

- d'attirer des marchés à plus haut niveau de dépenses. Certains segments de marché sont plus enclins à dépenser de l'argent dans les endroits visités ;
- d'allonger la durée des séjours, d'augmenter les occasions de dépense et d'améliorer

- l'information des touristes à ce sujet. Cela peut se faire par la promotion des marchés de plus long séjour et en encourageant les visiteurs à rester plus longtemps lors de leur séjour ou d'un séjour ultérieur. Cela peut passer par la multiplication des attractions, événements, activités et boutiques susceptibles d'intéresser les touristes. Allonger la durée d'ouverture des attractions peut également se révéler efficace. La mise en place de services d'information au niveau local permettra de faire connaître aux visiteurs les endroits à visiter et les choses à faire, ce qui augmentera les niveaux de dépenses ;
- de promouvoir l'achat de produits locaux : cela signifie renforcer l'ensemble du commerce de détail, ainsi que la qualité, les prix, la distribution et la présentation des produits locaux tels que denrées alimentaires, boissons et objets d'artisanat.

## 2.3 Qualité de l'emploi

*Renforcer le nombre et la qualité d'emplois locaux créés et supportés par le tourisme, notamment les niveaux de salaire, les conditions de travail et l'égalité des chances devant l'emploi, sans discrimination de sexe, de race, de handicap ou autre*

Créer des emplois est l'une des principales contributions que le tourisme peut apporter à la qualité de vie des communautés d'accueil. Pourtant, malgré l'importance des ressources humaines dans le tourisme et malgré la contribution du secteur à l'économie mondiale, les emplois du tourisme sont souvent mal payés et s'accompagnent de mauvaises conditions de travail et d'une grande précarité. Ceci est dû en partie à la fragmentation du secteur qui se caractérise par des emplois saisonniers, à temps partiel et souvent familiaux, mais aussi au fait que les emplois dans le secteur des services sont considérés comme non qualifiés ou temporaires. Il y a un très fort taux de rotation du personnel dans certaines branches du tourisme. De meilleures conditions d'emploi permettraient d'améliorer les performances du personnel, de le fidéliser et de gagner en efficacité et productivité. Cela modifierait les relations entre le personnel et les clients avec pour résultat une plus grande satisfaction globale des clients.

Domaines d'action :

### ***Accroître les offres d'emploi et la proportion d'emplois annuels à temps plein***

Il faut donner la priorité à la création d'emplois stables, permanents et à temps complet, donnant droit à des salaires et avantages équitables. L'une des principales causes de l'échec du secteur du tourisme en termes de qualité des emplois réside dans le caractère le plus souvent saisonnier de la demande dans de nombreuses destinations. Il faut donc des politiques claires qui permettent de prolonger la saison grâce à des mesures telles que : cibler la clientèle intéressée par des voyages hors saison ; proposer des voyages en saison basse à prix réduits ; organiser des animations pendant la basse saison ; encourager les attractions à rester ouvertes plus longtemps ; et tenter d'agir sur les causes premières du caractère saisonnier du tourisme, comme le calendrier scolaire.

Lorsque l'emploi à plein temps toute l'année n'est pas possible, d'autres solutions peuvent être envisageables. Par exemple, les heures de travail peuvent être adaptées à l'activité saisonnière mais en maintenant les avantages, ou les travailleurs saisonniers peuvent avoir la garantie d'être repris chaque saison par le même employeur.

### ***Mettre en place et faire respecter la réglementation du travail***

Il faudrait au minimum que les « normes de travail fondamentales » de l'Organisation internationale du travail (OIT) soient respectées dans tous les pays, quel que soit leur niveau de développement. Ces normes, qui s'appuient sur les droits de l'homme fondamentaux, stipulent : la liberté syndicale et la négociation collective ; l'interdiction des travaux forcés et de l'exploitation du travail des enfants ; la non-discrimination à l'embauche.

Les préoccupations d'équité associées au développement durable préconisent que les bonnes pratiques en matière d'emploi aillent au-delà de ces normes de base, favorisant le bien-être économique et social, et permettant d'améliorer le niveau de vie et la satisfaction des besoins élémentaires. L'encadré 2.1 présente un ensemble de principes illustrant ces bonnes pratiques et inspiré de la Déclaration de principe tripartite de l'OIT.

#### **Encadré 2.1: Principes pour de bonnes pratiques en matière d'emploi**

##### *Promotion de l'emploi*

Promouvoir le plein emploi, productif et librement choisi.

##### *Égalité des chances et de traitement*

Supprimer toute discrimination fondée sur la race, la couleur, le sexe, la religion, les opinions politiques, le pays d'origine ou l'origine sociale. Respecter les habitudes culturelles, les traditions et des pratiques des travailleurs.

##### *Sécurité de l'emploi*

Proposer des contrats de travail en bonne et due forme et avoir pour priorité le développement à long terme des entreprises de tourisme.

##### *Formation*

Encourager la formulation et le développement des qualifications, complétées par une formation et une orientation professionnelles étroitement liées à l'emploi.

##### *Conditions de travail et de vie*

Offrir les meilleurs salaires, avantages sociaux et conditions de travail possible dans le cadre des politiques nationales. Les avantages sociaux peuvent être élargis à la cotisation à des régimes d'assurance maladie et maternité, de prévoyance, de formation et de retraite quand ils ne sont pas prescrits par la loi. Des services comme le logement, la nourriture et les soins médicaux de qualité satisfaisante doivent être assurés le cas échéant. L'offre de ces services doit être transparente et étayée par des justificatifs.

##### *Âge minimum*

Respecter l'âge minimum pour l'embauche ou le travail afin de permettre l'abolition effective du travail des enfants.

##### *Hygiène et sécurité*

Mettre en place des normes et programmes d'hygiène et de sécurité pour les employés.



Il est important d'établir des normes du travail qui puissent être atteintes de manière réaliste par les professionnels du tourisme nationaux et internationaux, offrant des conditions identiques pour tous et garantissant une conformité maximum de chacun.

### ***Encourager les entreprises à mettre en place des programmes de formation et des possibilités d'évolution de carrière***

Une main-d'œuvre fidèle et de qualité est un atout majeur pour une entreprise et pour la réputation d'une destination. Pour cela, il faut investir dans le développement des compétences et la formation professionnelle, mais aussi développer l'emploi et les possibilités de promotion et d'avancement. Les politiques doivent s'efforcer :

- d'agir sur les entreprises pour qu'elles proposent des formations, par ex. par des mesures incitatives ;
- de mettre en place des programmes publics de formation et de développement des ressources humaines dans les destinations locales ou pour des groupes d'entreprises ;
- travailler avec les écoles techniques et professionnelles nationales à l'amélioration de la qualité de leur enseignement et de leur rayonnement.

### ***Se préoccuper du bien-être des travailleurs qui perdent leurs emplois***

Le tourisme est particulièrement vulnérable à de nombreux types de crise, notamment les maladies, les catastrophes naturelles, la guerre et le terrorisme, qui peuvent survenir sans prévenir et qui ont des conséquences immédiates. Beaucoup de travailleurs, notamment mais pas seulement les nombreux travailleurs à temps partiel ou occasionnels, n'ont souvent pas droit à des allocations ou aides quand des emplois sont supprimés. On peut remédier à ce problème en introduisant dans les contrats de travail des clauses qui rendent obligatoire l'application d'un préavis en cas de licenciement, le versement d'indemnités de licenciement, etc. Une politique gouvernementale sur le maintien de la protection sociale pour les personnes licenciées serait également pertinente.

## **2.4 Équité sociale**

*Rechercher une répartition large et juste des bénéfices économiques et sociaux du tourisme dans l'ensemble de la communauté bénéficiaire, notamment en améliorant les opportunités d'emploi, les revenus et les services proposés aux plus pauvres*

Les politiques touristiques soucieuses d'équité sociale doivent s'efforcer d'avantager les membres les plus défavorisés en leur faisant profiter des retombées économiques et sociales du tourisme. La lutte contre la pauvreté doit être une priorité, comme le rappellent les déclarations internationales et les programmes de développement durable associés. Mais les politiques doivent aussi s'adresser à des groupes de population plus larges et chercher à améliorer les conditions de vie de ceux qui ont historiquement été défavorisés ou qui ont un accès extrêmement limité au pouvoir. Dans de nombreux pays en développement, par exemple, les autochtones et les communautés traditionnelles peuvent être considérés comme ayant historiquement été défavorisés et il y a souvent beaucoup à faire pour améliorer la situation des femmes et les possibilités de gagner leur

vie qui leur sont offertes. L'équité sociale est aussi un problème dans les pays développés où la nécessité se fait sentir d'offrir des possibilités d'emploi aux jeunes chômeurs des cités.

A bien des égards, le tourisme est bien placé pour améliorer le sort des personnes défavorisées, principalement parce que c'est une activité de services qui exige beaucoup de main-d'œuvre, avec relativement peu de barrières à l'embauche, et qui est implantée au sein même des communautés. En plus d'être une source de revenus, elle crée des liens entre les gens qui peuvent renforcer le sentiment de dignité et l'estime de soi.

Domaines d'action<sup>1</sup> :

### ***Accroître les possibilités pour les personnes défavorisées de gagner leur vie***

Ce sont les politiques de prospérité locale et de qualité de l'emploi qui sont ici pertinentes mais elles doivent être mieux définies et élargies pour cibler les plus défavorisés, à savoir :

- encourager les pratiques qui offrent des opportunités d'emploi accessible aux plus défavorisés. Les facteurs qui peuvent avoir un effet positif sont l'implantation de nouvelles entreprises plus près des quartiers pauvres ; l'adaptation des programmes d'éducation et de formation pour les rendre accessibles aux personnes défavorisées de ces quartiers ; et l'adoption de politiques de recrutement transparentes ;
- associer plus directement les plus défavorisés à la fourniture de biens et services. Cela signifie encourager les entreprises de tourisme à prêter davantage attention à la nature de leurs intrants et à travailler avec les communautés pauvres (par ex. des communautés agricoles marginales) à la mise en place de flux d'approvisionnement fiables pour l'industrie du tourisme ;
- accroître la contribution du tourisme à l'économie informelle. Les personnes défavorisées entrent souvent en contact avec les visiteurs et tentent de se procurer des revenus grâce à des activités comme la vente ambulante, l'accompagnement comme guide personnel ou l'hébergement, etc. Cette activité peut être renforcée par un développement des capacités, l'attention portée à la qualité, la délivrance de licences, une meilleure information des touristes, etc. ;
- soutenir la création d'entreprises par les personnes défavorisées. Pour cela il faut des politiques encourageant la création de petites entreprises de tourisme individuelles ou collectives au sein des communautés défavorisées. Il y a beaucoup de bons exemples de joint ventures entre opérateurs privés et communautés défavorisées ; les politiques doivent s'efforcer de créer des conditions favorables à ces initiatives.

### ***Utiliser les revenus du tourisme pour soutenir des programmes sociaux***

Les recettes du tourisme peuvent être utilisées pour s'attaquer à des problèmes sociaux et servir indirectement les intérêts des personnes défavorisées, qu'elles soient ou non elles-mêmes actives dans ce secteur. On peut par exemple créer des fonds qui seront utilisés pour des programmes sociaux et collectifs, par exemple dans le domaine de l'éducation, de la santé et de la protection sociale. Ces fonds peuvent être collectés de différentes manières :

- impôts ou taxes obligatoires sur les touristes ou les entreprises de tourisme ;
- dons et aides financières volontaires des touristes ou des entreprises de tourisme, y compris des aides en nature.

L'investissement dans le tourisme d'une région donnée peut se concrétiser par la fourniture de services supplémentaires comme l'eau, l'électricité et les soins médicaux dont pourront profiter les communautés défavorisées.

## 2.5 Satisfaction des visiteurs

*Offrir à tous les visiteurs des activités sûres, enrichissantes et appréciées, sans discrimination fondée sur le sexe, la race, le handicap ou autre*

La dimension sociale du développement durable et les principes d'équité qui y sont doivent s'appliquer aux touristes ainsi qu'aux populations d'accueil. Les extraordinaires avantages éducatifs et de loisirs procurés par le tourisme doivent être respectés et rendus accessibles au plus grand nombre sans discrimination aucune. Cela signifie considérer la satisfaction des visiteurs comme un but en soi et non simplement comme un moyen de réaliser des bénéfices économiques. C'est aussi, pour les destinations, une responsabilité à l'égard du bien-être de leurs clients.

Domaines d'action :

### ***Améliorer l'accessibilité***

Améliorer l'accessibilité signifie faire en sorte que les infrastructures et aménagements touristiques soient accessibles et utilisables par les personnes handicapées<sup>2</sup>. Il ne faut jamais oublier que dans la plupart des pays, une part importante de la population est concernée de près ou de loin par le handicap, par exemple la présence d'une personne handicapée dans la famille. Il faut tenir compte à la fois de ceux qui ont des handicaps physiques, notamment ceux qui sont en fauteuil roulant, et de ceux qui ont des difficultés sensorielles ou d'apprentissage. Des accès physiques bien conçus peuvent être un avantage pour d'autres catégories de personnes, par exemple les familles avec des enfants en bas âge. Les aspects à étudier sont notamment la conception et l'aménagement des bâtiments et sites, l'accès aux transports en commun et la qualité de l'information fournie à ces groupes.

### ***Offrir des possibilités de vacances aux personnes défavorisées, économiquement et socialement***

L'insuffisance des revenus et d'autres difficultés sociales empêchent de nombreuses personnes de prendre des vacances. Les politiques, dans ce domaine, doivent avoir pour objectif de permettre aux gens de partir en vacances à un prix raisonnable. C'est un aspect particulièrement important à prendre en compte lorsqu'on veut créer des possibilités de loisirs et de vacances pour la population nationale dans les pays en développement. Les politiques peuvent agir sur les questions de tarification, notamment imposer des tarifs différents pour les groupes défavorisés. Les personnes qui n'ont pas de voiture sont également souvent défavorisées si les infrastructures touristiques ne sont pas accessibles par les transports en commun.

### ***Assumer l'obligation de protection des visiteurs***

L'obligation de protection des visiteurs signifie se préoccuper de leur sécurité dans les destinations et dans les entreprises. Ceci inclut la gestion des risques liés aux incendies,



à la santé et à l'hygiène, ainsi que la sensibilisation, la prévention et la préparation aux catastrophes (naturelles et industrielles), l'adaptation aux conséquences des risques naturels et la protection contre le crime et le terrorisme. Il est important de veiller à l'exactitude du marketing et des informations et d'éviter les descriptions trompeuses et fausses. Il faut également mettre en place des procédures claires pour enregistrer et traiter les plaintes des visiteurs et pour résoudre les problèmes qu'ils rencontrent, comme la perte d'objets personnels ou les besoins en soins médicaux urgents.

### ***Contrôler et se soucier de la satisfaction des visiteurs et de la qualité de leur séjour***

Les politiques qui s'efforcent de promouvoir la qualité, de contrôler et d'assurer la satisfaction des visiteurs en général tendent vers ce but. Cela signifie effectuer régulièrement une enquête auprès des visiteurs et encourager les entreprises à recueillir l'avis de leurs clients.

Bien que les motivations des touristes à voyager soient très variées, il faut les encourager et leur donner la possibilité de découvrir et d'apprécier les cultures et les environnements qu'ils visitent. C'est un des moyens importants de satisfaire les visiteurs et d'atteindre d'autres buts liés aux impacts sociaux et environnementaux du tourisme dans la destination.

## **2.6 Contrôle local**

*Faire participer les communautés locales, en leur en donnant les moyens, à la planification et au processus décisionnel concernant la gestion et l'évolution future du tourisme dans leur région, en consultation avec les autres acteurs*

Responsabiliser les gens et leur donner les moyens de prendre leur existence en mains est un principe fondamental du développement durable. Par ailleurs, les projets touristiques qui associent directement les populations locales à leur planification et à leur mise en œuvre ont beaucoup plus de chances d'avoir des retombées locales et d'être pérenne. Les politiques mises en place dans ce domaine ne doivent toutefois pas se contenter d'associer les gens aux campagnes de consultation, elle doit aussi donner aux communautés les moyens de peser sur les décisions concernant les aménagements et activités qui auront une incidence sur leur avenir, tout en veillant à ce que les besoins légitimes des autres groupes intéressés soient pris en compte.

Domaines d'action :

### ***Faire participer les communautés locales et leur donner les moyens de leur engagement***

Compte tenu de la grande diversité des structures sociales et des formes de gouvernance qui existent de par le monde, il est difficile de définir une règle unique pour permettre la participation des communautés et leur en donner les moyens. Le principe doit cependant être de prendre toute décision concernant le développement du tourisme au niveau de gouvernance le plus proche du terrain. S'il s'avère indispensable de prendre des décisions au niveau central, les parties intéressées au niveau local doivent être consultées et encouragées à participer. Il est important :

- d'associer pleinement les communautés locales à l'élaboration des politiques et projets touristiques. Il faut donc faire appel aux institutions locales et engager une procédure de consultation et de participation plus large de la communauté et des autres acteurs. Les structures et procédures de mobilisation des communautés locales sont décrites au chapitre 3 ;
- de donner aux communautés locales les moyens de peser sur les décisions relatives au développement du tourisme dans leur région. Cela vaut aussi bien pour l'orientation générale du tourisme que pour les décisions concernant les propositions de projets. Dans certains pays, cela peut se faire grâce aux systèmes de contrôle démocratique qui sont intégrés dans le processus d'aménagement du territoire et qui tiennent compte des décisions prises par les élus locaux sur la base des avis émis par tous ceux qui risquent d'être touchés par un projet.

### ***Améliorer les conditions d'une prise de décision locale efficace***

Un aspect important de l'autonomisation des communautés locales est de leur permettre d'acquérir les compétences et les connaissances indispensables pour participer efficacement au processus décisionnel au niveau local. Les politiques dans ce domaine doivent viser à :

- renforcer les capacités des collectivités locales et améliorer leur connaissance du tourisme et des aspects liés à sa durabilité ;
- sensibiliser le public aux répercussions que le tourisme peut avoir sur les communautés ;
- associer les communautés à l'élaboration et à la mise en place d'un système d'indicateurs du tourisme durable ;
- faire en sorte que des informations objectives et transparentes sur les nouveaux aménagements proposés soient accessibles au niveau local.

### ***Tenir compte de la position spécifique des communautés autochtones et traditionnelles en matière de contrôle local***

Dans ce nombreux pays en développement, les communautés autochtones sont dans une situation unique et souvent fragile en ce qui concerne l'impact potentiel du tourisme sur leur culture et leurs moyens de subsistance. Il est important de donner un pouvoir accru aux communautés autochtones et de les associer au processus décisionnel. Le contrôle local peut être renforcé par :

- le respect et la reconnaissance des modes traditionnels d'exercice de l'autorité, en l'étayant par des droits ;
- des garanties des droits individuels et collectifs des peuples autochtones sur les terres qu'ils occupent. Cela leur permet d'avoir un pouvoir de décision sur les activités touristiques menées sur leur territoire et de négocier ;
- le respect des croyances et des traditions des peuples autochtones et la prise en compte de leur avis sur la façon de présenter leur culture aux touristes.

## **2.7 Bien-être des communautés**

*Maintenir et améliorer la qualité de vie des communautés locales, notamment les structures sociales et l'accès aux ressources, aux*

*services collectifs et aux systèmes d'assistance à la vie, en évitant toute forme de dégradation ou d'exploitation sociale*

Le tourisme peut avoir des effets divers, positifs ou négatifs, sur le bien-être social des communautés. En dehors des créations d'emploi, les investissements additionnels et les dépenses des touristes peuvent soutenir les différents services collectifs qui améliorent la qualité de vie des populations locales. Il peut s'agir de services essentiels comme l'eau et l'énergie, les routes et les services de transport, les services de santé, les magasins, les garages, les aménagements de loisirs, de divertissement, et de plein air. A l'inverse, la présence de visiteurs peut créer une pression sur les infrastructures et les services, augmentant les coûts de mise en service et d'entretien, entraînant une moindre utilisation pour les autochtones et rendant leur accès difficile, voire impossible. Il arrive aussi que des aménagements et activités touristiques interfèrent avec d'autres modes de subsistance et empêchent d'y accéder.

Le tourisme peut avoir d'autres effets sociaux négatifs : il peut provoquer une hausse excessive du prix des maisons et des terrains, voire du coût de la vie en général. Les visiteurs peuvent causer du bruit et des désordres, laisser des débris n'importe où et être source d'activités criminelles. Des formes de comportement étrangères aux communautés d'accueil peuvent engendrer des pratiques sociales inacceptables entre touristes et populations locales, par exemple le développement de la prostitution et de la consommation de drogue. Le tourisme sexuel impliquant des enfants, qui est une violation flagrante des droits de l'homme, est un problème grave qui touche le monde entier ; une campagne internationale en faveur de son éradication a été lancée<sup>3</sup>.

Domaines d'action :

***Trouver le juste équilibre en termes de volume, de répartition dans le temps et de localisation des séjours***

Le nombre de visiteurs dans une région donnée à un moment donné et son rapport à la taille de la population locale détermine en grande partie la réaction négative ou positive des communautés au tourisme. Le degré de concentration ou de dispersion géographique peut aussi jouer un rôle. Le concept de capacité limite sociale d'une destination prend ici tout son sens et les politiques doivent assurer une régulation optimale du nombre de visiteurs. Cela peut se faire en s'informant régulièrement des réactions des communautés et en utilisant des indicateurs appropriés tels que le nombre de visites, l'intensité du trafic, le nombre de plaintes des populations locales, le volume de débris, etc.

***Diminuer les encombrements***

Les encombrements, notamment aux heures de pointe, provoqués par le nombre de visiteurs et/ou leurs véhicules peuvent être une menace majeure pour le bien-être des communautés. Ce problème peut être maîtrisé par des politiques de gestion des visiteurs et des mesures telles que :

- la gestion de la demande et la réduction du caractère saisonnier du tourisme grâce à des techniques de marketing et de tarification encourageant les visites hors saison ou en faisant la promotion d'autres endroits pour étaler les visites au sein et à l'extérieur de la destination ;

- une meilleure gestion de la circulation par des transformations physiques, la signalisation, l'information et la promotion de modes de transport alternatifs ;
- l'adoption de mesures pour certains types d'activité qui peuvent provoquer d'importants afflux de visiteurs à certains moments (par ex. gestion des arrivées des navires de croisière).

### ***Planification et gestion rigoureuses des entreprises et infrastructures de tourisme***

Anticiper les problèmes lors de l'aménagement et de la conception des destinations touristiques ainsi que lors de la mise en place de services peut limiter considérablement les impacts sur les communautés. Parmi les approches recommandées figurent :

- planifier la taille, la conception et le choix de l'emplacement du nouveau projet touristique afin de prendre en considération les équipements de la destination, la localisation des quartiers d'habitation et des activités de la localité ;
- planifier le développement des infrastructures, notamment des transports, des réseaux d'eau et d'énergie qui doivent être étudiées pour répondre à la fois aux besoins des visiteurs et à ceux de la communauté ;
- réserver le plus de place possible aux espaces libres et autres aires d'agrément (notamment les plages) accessibles à la population locale et aux visiteurs ;
- s'il y a lieu, encourager les entreprises de tourisme et leurs visiteurs à limiter le plus possible leur consommation d'eau.

### ***Promouvoir l'utilisation commune des aménagements et services par la population locale et les touristes***

Dans la mesure du possible, les infrastructures et aménagements réalisés pour les touristes doivent également être mis à la disposition des communautés locales. Dans certains endroits, les dépenses des visiteurs peuvent être déterminantes pour la viabilité des services et aménagements collectifs, par exemple les commerces de proximité et les mairies. L'utilisation de ces services par les touristes doit être encouragée par des campagnes d'information, des animations, etc.

### ***Influer sur le comportement des touristes à l'égard des communautés locales***

Parmi les problèmes les plus spécifiques et les plus graves liés au tourisme, beaucoup sont dus au comportement de certains touristes ou de certains groupes. Il est possible d'agir sur ces comportements de plusieurs façons :

- communication d'informations, avant le départ et pendant le séjour, sur la nature de la communauté d'accueil, ses valeurs et les sensibilités qui doivent être respectées ;
- imposition de règles concernant certains aspects du comportement des visiteurs, par exemple le bruit et les ordures ;
- lancement ou soutien de campagnes, appuyées de manière appropriée par la législation, de lutte contre le tourisme sexuel et l'exploitation des enfants ;
- instauration d'une surveillance policière appropriée ;
- adoption de mesures physiques pour encourager les bons comportements, par exemple l'installation de poubelles et de panneaux d'information dans plusieurs langues, le cas échéant.

## 2.8 Richesse culturelle

*Respecter et mettre en valeur le patrimoine historique, les cultures authentiques, les traditions et les traits distinctifs des communautés d'accueil*

Respecter et comprendre la diversité culturelle des nations et des peuples est un principe fondamental du développement durable. Le tourisme peut être un moteur considérable de la conservation du patrimoine historique et culturel, et stimuler les arts, l'artisanat et autres activités créatives au sein des communautés. En procurant une source de revenus basée sur la culture locale, le tourisme peut favoriser chez les communautés une meilleure appréciation de leur patrimoine culturel. Il faut cependant prendre garde de ne pas falsifier ni dégrader la culture et le patrimoine dans les actions de promotions auprès des touristes.

Domaines d'action :

### ***Assurer la gestion efficace et la conservation des sites du patrimoine culturel et historique***

Les grands sites historiques et culturels sont dans de nombreux pays un facteur d'attraction majeur pour les visiteurs. Bien que leur gestion et leur conservation soient souvent tributaires des recettes procurées par les visiteurs, beaucoup souffrent de la pression des touristes qui menace de porter atteinte à leur tissu et à l'agrément du site. Les politiques dans ce domaine doivent se concentrer sur :

- la préservation du caractère de patrimoine historique et culturel. Le niveau de désignation et de protection varie d'un pays à l'autre. Il faudrait sans doute l'élargir dans de nombreux endroits. Il conviendrait dans certains cas d'encourager l'inscription des sites sur la Liste du patrimoine mondial ;
- une gestion efficace des visiteurs. Plusieurs techniques peuvent être employées comme la répartition et le détournement de la demande, la gestion physique des sites, etc.<sup>4</sup> ;
- des mesures pour éviter ou maîtriser les conséquences des activités annexes envahissantes. Certains sites souffrent de l'intrusion du développement urbain voisin, du commerce parallèle comme les stands de bibelots ou les vendeurs de rue, etc. ;
- des solutions pour obtenir davantage d'argent des visiteurs pour la conservation. Pour ce faire, il est possible de promouvoir une fréquentation accrue, la gestion des recettes d'entrée, d'ouvrir des boutiques bien gérées, ou d'encourager les dons volontaires, etc. ;
- la recherche de moyens de garantir des retombées positives pour les communautés qui vivent à proximité des sites du patrimoine. Cela peut se répercuter favorablement sur la conservation et améliorer les moyens de subsistance des populations locales.

### ***Travailler avec les communautés sur la présentation et la promotion de la culture et des traditions***

La richesse culturelle peut être mise en valeur et interprétée de manière créative et variée. Une compréhension et un respect plus grands des cultures locales peuvent permettre une meilleure information des visiteurs et des échanges avec eux. Un certain doigté est cependant requis permettant d'éviter toute marchandisation ou dévaluation de la culture locale. Les politiques mises en place doivent s'attacher à :

- mettre au point des programmes permettant d'interpréter le patrimoine local et les particularités de la région et des animations ;
- concevoir pour les visiteurs des attractions inventives, astucieuses et viables permettant de présenter la culture et les traditions locales ;
- intégrer certains aspects du patrimoine culturel local et de ce qui fait la spécificité d'une région dans le séjour des visiteurs, par exemple le mobilier dans les établissements touristiques, la cuisine locale dans les restaurants, les motifs traditionnels dans l'architecture, ou l'art et la sculpture dans les espaces publics ;
- renforcer les capacités des communautés locales dans le domaine de l'interprétation, de la qualité et de l'authenticité et pour aider les visiteurs à mieux interpréter les pratiques et spécificités locales ;
- renforcer les capacités du secteur privé pour l'aider, ainsi que ses clients, à combler des lacunes culturelles éventuelles ;
- donner aux touristes des informations sur les traditions et la culture locales avant et pendant le voyage ;
- donner aux communautés locales des informations sur la culture des visiteurs potentiels ;
- prendre des dispositions pour que les objets de valeur culturelle ne soient pas vendus comme souvenirs.

## 2.9 Intégrité physique

*Préserver et améliorer la qualité des paysages, tant urbains que ruraux, et éviter toute dégradation physique et visuelle de l'environnement*

Il s'agit ici de la structure physique des lieux, de leurs qualités esthétiques et de leur apparence. C'est un but important en soi du point de vue de l'environnement, mais qui a aussi des répercussions sur le bien-être des populations locales. C'est également un aspect critique pour la prospérité à long terme du secteur du tourisme, puisque le caractère physique des destinations est un élément clé de l'attraction sur les visiteurs.

S'agissant de la dégradation physique, l'érosion des sols et des côtes est particulièrement préoccupante. Elle peut être provoquée, par exemple, par une modification du couvert végétal ou par la présence d'infrastructures maritimes perturbant les courants côtiers. La dégradation des sols peut entraîner une perte de biodiversité, problème abordé plus en détail au point 2.10.

En ce qui concerne les impacts visuels, on s'est surtout préoccupé jusque-là de la qualité des paysages ruraux et de ses interactions avec le tourisme. Mais il faudrait aussi se soucier de l'intégrité et de la qualité esthétique de l'environnement bâti et du milieu naturel en zone rurale et urbaine<sup>5</sup>.

Domaines d'action :

***Veiller à ce que les nouveaux aménagements touristiques soient compatibles avec les conditions environnementales locales***

La clef de la préservation de l'intégrité physique, est d'appliquer au niveau local des politiques et des instruments qui influent sur la nature des nouveaux aménagements touristiques et leur localisation.



Il faut prêter attention non seulement à la construction des aménagements touristiques, comme les structures d'hébergement, mais aussi à toutes les infrastructures associées, comme les aéroports, les ports de plaisance, les remonte-pentes et les pistes de ski. Les politiques doivent en particulier influencer sur :

- l'échelle et la densité du nouvel aménagement et l'ampleur de l'urbanisation. Dans de nombreuses régions, il faut éviter de construire de nouveaux édifices pour préserver l'aspect naturel du lieu. Dans certains cas, les politiques relatives aux aménagements touristiques peuvent préconiser la réutilisation et la rénovation de bâtiments existants et de sites abandonnés, plutôt que la construction de nouveaux bâtiments sur des sites vierges. Il peut être parfois plus judicieux de regrouper des bâtiments que de les éparpiller ;
- le choix de l'emplacement des nouvelles structures par rapport aux caractéristiques du terrain, à la végétation et à l'harmonie des structures urbaines existantes. Les politiques doivent privilégier la création d'espaces verts et la préservation du couvert végétal. La hauteur des nouvelles structures doit respecter les lignes d'horizon urbaines et la hauteur des arbres. Dans les environnements côtiers et lacustres, il peut être nécessaire de fixer les limites des zones non constructibles (distance minimum à respecter par rapport à la laisse de haute mer ou des hautes eaux) ;
- la qualité des aménagements et le souci du détail. L'impact des aménagements touristiques dépend en partie de la créativité de la conception, de son intégration dans l'environnement, des aménagements paysagers utilisant des espèces locales et de la qualité des matériaux employés. L'architecture des nouveaux bâtiments doit s'harmoniser avec le paysage et le cas échéant s'inspirer des styles traditionnels ;
- la solidité des structures et leur capacité de résister aux effets du changement climatique et aux catastrophes naturelles ;
- l'avenir à long terme et l'utilisation ultérieure des bâtiments et sites. Il faut se préoccuper du cycle de vie des aménagements touristiques, ainsi que des politiques et des ressources nécessaires pour leur entretien et leur rénovation. Certaines formes de tourisme, par exemple des événements ponctuels ou des structures saisonnières, peuvent poser à court terme des problèmes majeurs d'utilisation ultérieure.

L'autre problème auquel doivent s'attaquer les politiques et les mesures d'encadrement, en dehors de la nature et de l'emplacement des aménagements est celui des dégradations physiques provoquées par les travaux de construction. Pour cela, elles doivent fixer des règles relatives à la préparation des sites, à l'extraction des matériaux de construction, à l'élimination et au traitement des déchets de construction (voir le point 2.12).

### ***Limiter le plus possible l'impact physique du tourisme***

La dégradation physique de l'environnement peut être la conséquence des activités des touristes. Toutes les formes de tourisme sont concernées, mais elle est plus particulièrement liée à certains types de loisirs. Les problèmes à traiter sont notamment :

- l'érosion due à la surfréquentation des sites. Elle peut être un problème majeur sur les sentiers de randonnée très fréquentés, notamment quand les sols sont fragiles ;
- l'altération des structures marines, par exemple les coraux, par les activités de plongée ou de navigation de plaisance ;
- la dégradation de l'environnement provoquée par l'abandon de déchets ;
- les dégradations délibérées, comme les graffiti.

Les politiques et mesures permettant de limiter ces effets sont notamment :

- les mesures de gestion des visiteurs pour réduire la pression et détourner l'activité vers des sites moins sensibles ;
- des activités éducatives pour faire changer les comportements ;
- l'élaboration de codes de conduite si nécessaire étayés par une réglementation.

Préserver les paysages ruraux et urbains de grande qualité comme ressource touristique. Les politiques ne doivent pas se contenter d'influer directement sur les aménagements et les activités touristiques : elles doivent aussi viser à préserver l'intégrité et l'attrait des destinations touristiques, notamment des villes et des zones rurales, en influant sur leurs aménagements et leur entretien en général, à savoir :

- exercer un contrôle sur les nouveaux aménagements, en particulier pour empêcher les constructions disgracieuses ;
- s'opposer aux activités qui détériorent les paysages, comme l'extraction minière ou la déforestation ;
- entretenir l'enduit et les façades des immeubles, en particulier des bâtiments historiques ;
- entretenir les paysages et les aménagements ruraux traditionnels ;
- réduire le plus possible l'impact des structures dérangeantes, comme les fils électriques ;
- éviter la prolifération des publicités et panneaux ;
- préserver la qualité des espaces verts publics.

La préservation de l'intégrité physique et du caractère attrayant des paysages peut être assurée en partie par l'agrandissement et le renforcement des aires protégées et par la manière dont elles sont liées aux activités touristiques. Cet aspect est développé au point 2.10. Cependant, dans la mesure où tous les espaces sont concernés, les politiques et initiatives ne doivent pas se limiter aux zones protégées.

## 2.10 Diversité biologique

*Soutenir la conservation des aires naturelles, des habitats et de la nature sauvage, et limiter les dégradations auxquelles ils peuvent être exposés*

Il s'agit du domaine où les impacts positifs et négatifs du tourisme se font le plus sentir. L'environnement qui présente le plus d'intérêt pour les visiteurs peut être précisément le plus vulnérable. Par exemple, l'aménagement des zones côtières a provoqué une perte considérable d'habitats et la destruction massive des dunes. Les environnements marins, par exemple les récifs coralliens, ont été gravement endommagés par la surexploitation ou les mauvaises pratiques de plongée. Les bateaux et les bases nautiques ont également causé des dégâts considérables (destruction physique et pollution). Tous les écosystèmes, qu'il s'agisse des montagnes, des déserts, des forêts tropicales humides, des zones humides ou des eaux douces, présentent des fragilités qui doivent être prises en considération lors de la planification des activités touristiques. D'un autre côté, les recettes du tourisme représentent souvent une composante critique du financement de la conservation de nombreux parcs nationaux, réserves et autres aires protégées.

La protection de la biodiversité est étroitement liée à la préservation de l'intégrité physique évoquée au point 2.9 et plusieurs domaines d'action mentionnés ci-après



concourent également à cet objectif. Comme dans le cas de l'intégrité physique, empêcher la destruction de la biodiversité par le tourisme mais aussi par d'autres activités peut se révéler très important pour préserver le pouvoir d'attraction de nombreuses destinations rurales sur les visiteurs.

Domaines d'action :

### ***Travailler avec les parcs nationaux et autres aires protégées***

La classification et la gestion de tous les types d'aires protégées sont l'occasion de renforcer la protection contre les impacts négatifs du tourisme et de privilégier le tourisme durable qui accroît la sensibilisation et le soutien des visiteurs à la conservation. Dans de nombreux pays, les organismes responsables des parcs nationaux et des aires protégées s'intéressent de près au tourisme, dans lequel elles voient une source de revenus, une possibilité de moyens de subsistance durables pour les communautés établies dans les parcs mais aussi une activité exigeant une gestion rigoureuse<sup>6</sup>. Les questions majeures à aborder sont :

- augmenter la couverture géographique des aires protégées terrestres et marines<sup>7</sup>, y compris des zones tampons, si besoin est. Cela signifie identifier les régions qui ont besoin d'être protégées et étudier les bénéfices qu'elles pourraient tirer d'un tourisme durable ;
- formuler des directives nationales sur le tourisme durable dans les aires protégées ;
- mettre en place des structures permettant un travail conjoint sur le tourisme avec les acteurs concernés, notamment élaborer des stratégies de tourisme durable en harmonie avec les plans de gestion des parcs en lien avec les stratégies régionales et nationales ;
- garantir la disponibilité et la mise à disposition de ressources financières pour la gestion des parcs ;
- optimiser le niveau et l'utilisation des droits d'entrée dans les parcs pour soutenir divers objectifs, parmi lesquels la conservation de la biodiversité ;
- conclure des accords de partenariat et instaurer avec les communautés locales et les opérateurs privés des systèmes de concession ayant des effets positifs manifestes sur la conservation et la gestion des habitats, ainsi que sur les communautés et les utilisateurs ;
- créer des réseaux d'aires protégées et les promouvoir dans une perspective de tourisme durable.

### ***Promouvoir le développement et la gestion de l'écotourisme***

Par définition, l'écotourisme est une forme de tourisme qui propose des voyages responsables dans des aires naturelles et qui, de ce fait, permet de conserver l'environnement et d'assurer le bien-être des populations locales. Il doit donc être encouragé dans un but de conservation. Les gouvernements doivent :

- réunir les acteurs du tourisme et de la conservation pour se mettre d'accord sur les priorités et sur des politiques de développement et de gestion rationnelle de l'écotourisme au niveau national et local<sup>8</sup> ;
- veiller à ce que les produits ou nouveaux projets présentés comme des initiatives d'écotourisme soient conformes à la définition ci-dessus. Il faudra peut-être, pour cela, mettre en place des outils adaptés de type certification ;
- encourager par une assistance technique, des actions marketing et tout autre mesure

appropriée les projets d'écotourisme bien planifiés et localisés dans les aires naturelles, avec des infrastructures d'accueil pour les visiteurs.

### ***Utiliser le tourisme pour encourager les propriétaires à gérer leurs terres de manière durable***

Dans de nombreuses parties du monde, les propriétaires ruraux (petits exploitants, fermiers ou communautés cultivant des terrains communaux) peuvent tirer des revenus complémentaires du tourisme soit directement, soit indirectement, par exemple en fournissant des logements ou autres services sur leurs terres, en vendant des produits aux entreprises du secteur ou en participant aux activités touristiques hors de leurs terres (par exemple en tant que guides). Le tourisme peut encourager une gestion plus durable des terres en procurant une nouvelle source de revenus (se substituant ainsi à des pratiques non durables comme l'exploitation des forêts ou l'agriculture sur brûlis) et inciter les propriétaires à préserver la nature ou à se lancer dans l'agriculture biologique, deux types d'initiatives très appréciées des visiteurs. Les politiques doivent développer les services d'assistance, de conseils et autres qui encouragent les propriétaires à gérer leurs terres de façon plus durable.

### ***Travailler avec les réserves et parcs privés***

Depuis quelques années, les réserves naturelles et parcs privés se multiplient dans de nombreux pays. La plupart étant déjà engagés dans des activités touristiques, il est possible et nécessaire d'influer sur leur développement et leur gestion. Les priorités sont notamment :

- de veiller à ce que les parcs privés ne captent pas les ressources, notamment les recettes du tourisme, au détriment de la conservation des parcs publics ;
- de veiller à ce que les parcs privés respectent des pratiques de grande qualité en matière de conservation et de tourisme. Cela peut passer par la mise en place d'un cadre juridique approprié ;
- d'intégrer la gestion des parcs privés et publics dans un seul et même plan de protection de la biodiversité.

### ***Limiter le plus possible les dégradations du patrimoine naturel dues au tourisme***

Un contrôle sérieux du développement du tourisme est particulièrement important pour éviter de dégrader les régions où les paysages ont une grande valeur esthétique ou ceux où la biodiversité est particulièrement vulnérable. Des recommandations sur le processus à suivre pour mettre en place une planification concertée du développement figurent dans la Convention sur la diversité biologique .

Les politiques et les actions doivent aussi viser à limiter le plus possible les dégradations d'habitats et les perturbations de la faune et de la flore sauvages par les visiteurs. Cette question est étroitement liée aux atteintes à l'intégrité physique liées aux activités touristiques, en particulier aux types de loisirs évoqués au point 2.9 ; les remèdes suggérés dans ce paragraphe sont également valables dans le cas présent.

Les politiques doivent également avoir pour but de limiter les dégâts et les perturbations dus aux visiteurs. Cela concerne tous les touristes, mais plus particulièrement ceux qui pratiquent certaines activités de loisirs comme la plongée et le tourisme d'aventure dans les environnements fragiles. Domaines d'action :

- sensibiliser par l'éducation et l'interprétation des spécificités locales ;
- encadrer les visiteurs : contrôler leur nombre et leurs comportements (par ex. dégradations physiques, perturbation de la faune sauvage, abandon de déchets).

Des actions doivent également être engagées pour empêcher que le tourisme n'aggrave la situation des espèces en voie de disparition en stimulant le commerce illicite de ces espèces ou par l'achat de souvenirs fabriqués à partir de ces espèces.

### ***Sensibiliser les visiteurs à la biodiversité***

Permettre aux touristes de mieux apprécier et de mieux comprendre le patrimoine naturel des lieux qu'ils visitent devrait aider à prévenir les impacts négatifs et encourager le soutien à la conservation, tout en accroissant le plaisir qu'ils en retirent. Les politiques et les mesures adaptées doivent soutenir les initiatives suivantes :

- services de guides de qualité, choisis autant que possible parmi la population locale ;
- organisation d'événements permettant d'interpréter et de comprendre les pratiques et cultures locales ;
- création de centres d'accueil des visiteurs, le cas échéant, avec des infrastructures créatives facilitant cette interprétation ;
- communication d'informations pertinentes avant le séjour ;
- organisation d'activités éducatives au sein des populations locales et des marchés domestiques potentiels ;
- développement des connaissances des professionnels du tourisme qu'ils pourront ensuite transmettre à leur personnel et à leurs clients.

### ***Recueillir un plus grand soutien des visiteurs et professionnels du tourisme aux efforts de conservation***

Si beaucoup de professionnels du tourisme reconnaissent l'importance d'une activité permanente de conservation pour le plaisir du visiteur, d'autres doivent être encouragés dans cette voie. Il faut adopter des politiques pour inciter la profession à soutenir la biodiversité en préservant les habitats situés sur leurs sites et en soutenant les initiatives locales de conservation par des moyens financiers ou en nature. On peut aussi demander aux touristes de soutenir financièrement les activités de conservation ; c'est d'ailleurs une pratique qui se répand. Enfin, les touristes peuvent y participer activement, par exemple dans le cadre de séjours organisés autour d'activités de conservation.

## **2.11 Utilisation rationnelle des ressources**

*Limiter le plus possible l'utilisation des ressources rares et non renouvelables pour la création et l'exploitation d'infrastructures et de services touristiques*

Il ne saurait y avoir d'avenir durable sans une gestion rationnelle des ressources qui garantisse leur disponibilité pour les générations actuelles et futures. Les ressources qui suscitent le plus d'inquiétude sont celles qui sont non renouvelables, rares ou essentielles pour la vie. C'est le cas notamment de la terre, de l'eau douce, des forêts, des minéraux et des combustibles fossiles. Il est important d'économiser l'énergie, surtout quand elle est issue de ressources non renouvelables.

Le tourisme est un consommateur conséquent de ressources dans de nombreux domaines. Il est donc important de l'inciter à les utiliser de façon rationnelle, tant pour le bien-être de l'environnement local et des communautés d'accueil que pour préserver les ressources mondiales. Un usage rationnel des ressources, notamment de l'énergie produite à partir de combustibles fossiles, est également primordial pour réduire les émissions polluantes.

Pour économiser les ressources dans le domaine touristique, il faut avant tout changer les modes de consommation des touristes et des entreprises de tourisme. Il faut encourager ces dernières à adopter des systèmes de gestion environnementale pour limiter au maximum leurs impacts et engager un processus d'amélioration permanente.

Domaines d'action :

***Tenir compte de l'approvisionnement en ressources lors de la planification du développement du tourisme et vice versa***

Une approche intégrée de la planification est nécessaire pour trouver un juste équilibre entre les besoins des communautés locales et de l'industrie du tourisme. Le développement du tourisme dans une région peut être sérieusement limité par la disponibilité de terrains, d'eau, d'énergie ou autres ressources. De même, une croissance prévisible de la demande de la part du secteur touristique doit être prise en compte lors de la planification de l'approvisionnement en eau et en énergie.

***Limiter le plus possible la consommation d'eau du secteur touristique***

L'eau douce est une ressource vitale, or le tourisme consomme beaucoup d'eau. Dans les pays en développement, il est apparu que la consommation journalière d'eau par touriste pouvait être de 10 à 15 fois supérieure à celle de la population locale. Une part importante de la demande touristique concerne des endroits et des saisons où l'eau est très rare, par exemple l'été dans les régions côtières arides. Dans de nombreuses destinations, il serait difficile, coûteux et écologiquement problématique de mettre en place de nouvelles sources d'approvisionnement, par exemple des usines de dessalement d'eau de mer. Des politiques visant à réduire la consommation d'eau doivent donc être adoptées qui consistent à :

- limiter le nombre d'infrastructures qui consomment beaucoup d'eau, comme les piscines, les terrains de golf et les canons à neige ;
- réutiliser et recycler l'eau dans la mesure du possible (par ex. utilisation de l'eau grise pour arroser parcs et jardins) ;
- améliorer les infrastructures et l'entretien (par ex. réduire les fuites) ;
- encourager l'installation de technologies économes en eau, comme les douches et toilettes à faible débit ;
- convaincre les visiteurs d'utiliser l'eau de façon raisonnable et responsable.

***Limiter la consommation d'énergie issue de sources non renouvelables***

Les politiques relatives à la consommation d'énergie doivent s'efforcer d'agir tant sur les sources d'approvisionnement que sur les sources de consommation et pour cela :

- promouvoir, pour les infrastructures touristiques, les architectures et matériaux isolants et l'utilisation de la chaleur, de la lumière et de la ventilation naturelles ;
- fournir des sources d'énergie renouvelables dans les destinations touristiques ;
- encourager les entreprises de tourisme à produire leur propre énergie ou à la compléter par des sources d'énergie renouvelables (tels que les installations photovoltaïques et la mini-hydroélectricité) ;
- encourager l'utilisation d'installations et équipements économes en énergie pour l'éclairage, l'eau chaude, la cuisine, etc. ;
- promouvoir les modes de transport économes en énergie (abordé plus en détail au point 2.12) ;
- convaincre les visiteurs d'utiliser l'énergie de façon rationnelle et responsable.

### ***Veiller à un usage rationnel des terres et des matières premières pour les aménagements touristiques***

Dans certaines destinations touristiques, la terre est une ressource rare. Il est donc important de choisir avec soin les sites d'aménagement touristique, en tenant compte des autres utilisations possibles et des besoins de la population locale. Si l'utilisation de matériaux locaux peut renforcer la qualité et le caractère typique des constructions, l'architecture et la construction des infrastructures touristiques doivent éviter le gaspillage de matériaux naturels tels que le bois, la pierre, le sable et les graviers et tenir compte de la capacité de l'offre locale et des besoins concurrents.

### ***Promouvoir le triple réflexe : réduire, réutiliser et recycler***

Dans l'ensemble, les entreprises touristiques doivent être encouragées à utiliser tous les matériaux de façon rationnelle. Cela vaut également pour les ressources et la production de déchets. Ces aspects sont traités au point 2.12. Les politiques doivent encourager :

- les achats de fournitures provenant de sources durables. Une meilleure information sur la disponibilité de ces ressources au niveau local ainsi que des programmes d'écolabels pour les produits de consommation concernés peuvent y contribuer ;
- la réduction des emballages superflus, par exemple par des incitations économiques à rapporter certains contenants comme les bouteilles ;
- la créativité pour la réutilisation des produits dans l'entreprise ou leur mise à disposition de la communauté locale ;
- la création de marchés pour recycler les biens utilisés par le tourisme (le papier, le verre et le plastique, en particulier).

## **2.12 Pureté de l'environnement**

*limiter au maximum la pollution de l'air, de l'eau et du sol et la production de déchets par les entreprises touristiques et les visiteurs*

Maintenir la pureté de l'environnement, c'est réduire les rejets de déchets et d'émissions nocives afin de préserver la qualité de l'air, de l'eau et des sols indispensable à la vie, à la santé et à la biodiversité. Les actions menées doivent porter sur tous les aspects de la prévention et de la lutte contre la pollution pendant toute la durée de vie de

l'aménagement touristique, pendant et après l'utilisation des infrastructures, ainsi que sur les impacts des touristes proprement dits.

Si les impacts locaux sur l'environnement, comme la qualité de l'air et de l'eau, sont les plus immédiatement visibles pour les communautés locales et les visiteurs, le tourisme a aussi des impacts environnementaux à l'échelle mondiale. Les gouvernements doivent donc reconnaître les responsabilités, vis-à-vis de l'environnement global et local, inhérentes au maintien de la pureté de l'environnement. Notre façon de produire et d'utiliser l'énergie doit être radicalement modifiée, ainsi que les autres activités qui libèrent des gaz à effet de serre ou autres gaz dans l'atmosphère. La pollution globale peut également avoir des répercussions sur de nombreuses destinations locales à travers les effets du changement climatique.

Comme pour la promotion d'une utilisation rationnelle des ressources, il faudra avant tout changer les modes de consommation des touristes et des entreprises touristiques si l'on veut limiter la production de déchets et la pollution. Cet objectif doit être une composante majeure des systèmes de gestion environnementale des entreprises.

Domaines d'action :

#### ***Promouvoir l'utilisation de modes de transport plus durables***

Les transports constituent l'une des principales sources de pollution environnementale liée au tourisme, en particulier les transports aériens et les voitures particulières. Les voyages en train et en bateau sont beaucoup moins polluants. En plus des conséquences au niveau mondial des émissions de gaz à effet de serre, les émissions et les embouteillages ont des répercussions sur l'environnement et les communautés au niveau local. Les politiques doivent viser à :

- favoriser les modes de transport à faible impact, que ce soit pour les voyages vers ou au retour des destinations ou pour les déplacements sur place. Il est souvent plus facile d'agir sur ces derniers. De nombreuses destinations offrent des possibilités de déplacement à pied et en vélo. La mise en place des infrastructures appropriées, notamment des sentiers et des services de transport en commun, l'adoption d'horaires intégrés et le lancement de campagnes de communication créatives peuvent y concourir ;
- limiter le nombre et la durée des trajets effectués. Mais, si cela permet de réduire les impacts environnementaux, cela peut aussi avoir de graves conséquences économiques pour le tourisme et les communautés locales qui en dépendent. Les politiques doivent s'efforcer d'encourager les visiteurs à faire des séjours plus longs, afin d'accroître les recettes de la destination par kilomètre parcouru et le bénéfice net perçu localement ;
- atténuer les conséquences de l'impact environnemental des transports. Une campagne peut être lancée pour inciter les touristes à compenser l'impact de leur voyage en avion par une contribution à des projets de séquestration du carbone.

#### ***Réduire l'utilisation de produits chimiques nocifs pour l'environnement***

Le tourisme utilise beaucoup de produits chimiques nocifs pour l'environnement. Des dégâts environnementaux peuvent par exemple être causés par l'emploi ou le rejet des produits chimiques présents dans les produits de nettoyage, les combustibles,

les peintures, les fongicides et pesticides, les produits chlorés pour les piscines. Le tourisme contribue également à l'appauvrissement de la couche d'ozone en libérant dans l'atmosphère des CFC provenant des systèmes de refroidissement et des climatiseurs, des emballages et isolants en mousse, et en ne prenant aucune précaution particulière pour éliminer les frigorigènes des réfrigérateurs en fin de vie. Les gouvernements doivent veiller à faire respecter les normes les plus strictes d'élimination des déchets dangereux. Dans la mesure du possible, l'emploi de produits chimiques nuisibles pour l'environnement doit être supprimé grâce à des politiques d'achat rigoureuses.

### ***Éviter les rejets d'eaux usées dans les environnements marins et fluviaux***

L'eau est une ressource essentielle pour les communautés biologiques et humaines. Il est primordial que les professionnels du tourisme considèrent comme prioritaire la réduction, la gestion et le traitement des eaux usées, ainsi que la maîtrise de leur élimination. Les impacts des rejets dans l'environnement ne se font pas sentir uniquement sur le lieu de traitement ou de rejet : les polluants se dispersent et sont emportés par l'eau ou par lessivage à travers le sol jusqu'aux cours d'eau. Chaque fois que possible, il faut raccorder les aménagements touristiques aux réseaux d'égouts qui traitent et éliminent les eaux usées selon les normes les plus rigoureuses. Les gouvernements doivent mettre en place les infrastructures de raccordement au réseau d'égouts et la législation correspondante. Dans certains endroits, d'autres techniques telles que le déversement dans des roselières pourront être une solution.

### ***Limiter les déchets et, au besoin, les éliminer avec soin***

Le tourisme générant beaucoup de déchets, l'élimination des déchets non dégradables est un problème important, notamment dans les endroits reculés. Le sol peut être contaminé par la mise en décharge des déchets et les déchets biodégradables mis en décharge peuvent dégager du méthane dans l'atmosphère. Outre la nuisance visuelle et les dégâts causés aux habitats, ces déchets peuvent être préjudiciables à la faune, voire menacer son existence. Il faut, dans toute la mesure du possible, mettre l'accent sur la réduction des déchets à la source et sur le recyclage. Si l'élimination est nécessaire, elle doit être faite en utilisant les meilleures méthodes en vigueur. Les gouvernements peuvent aider en mettant en place les infrastructures et la législation nécessaires pour lutter contre les modes inappropriés d'élimination des déchets.

### ***Influer sur la mise en place de nouvelles infrastructures touristiques***

Les choix effectués avant la mise en place d'une nouvelle infrastructure peuvent avoir des conséquences considérables sur l'impact environnemental de l'infrastructure au moment de sa construction, pendant son exploitation, après son utilisation et pour l'avenir à long terme du site. Les politiques doivent chercher à influencer sur :

- l'emplacement de la nouvelle infrastructure, c'est-à-dire sa localisation en termes de sensibilité globale de la région et de son cadre, par exemple par rapport à la côte ou aux liaisons par transports en commun ;
- l'architecture et les matériaux utilisés. Ils peuvent avoir des répercussions sur les impacts opérationnels comme les émissions, le traitement et l'élimination des déchets, etc. ;
- le processus de construction. La construction doit provoquer le moins de

perturbations possible de l'environnement. Dans de nombreuses régions, en particulier sur les sites côtiers, il est apparu que les émissions et les déchets dus aux travaux de construction pouvaient être plus perturbateurs que la phase opérationnelle.

## Notes

- 1 Les domaines d'action identifiés ici reprennent un modèle en sept points de lutte contre la pauvreté grâce au tourisme, présenté dans *Tourism and Poverty Alleviation – Recommendations for Action*. Organisation mondiale du tourisme, 2004.
- 2 L'OMT a formulé dès 1991 des directives pour faciliter le tourisme des personnes handicapées (voir la résolution de l'Assemblée générale de l'OMT : « Créer des possibilités pour les personnes handicapées » : <http://www.world-tourism.org/quality/E/main.htm>).
- 3 Campagne internationale contre l'exploitation sexuelle des enfants dans le tourisme <http://www.ecpat.org/preventing-child-sex-tourism.html>.
- 4 Pour une analyse détaillée des mesures de gestion, voir *La gestion de la saturation touristique des sites naturels et culturels – Manuel*, OMT, 2004. Voir également le manuel PNUE/UNESCO sur la gestion du tourisme sur les sites du patrimoine mondial, 2002.
- 5 Les participants à la conférence conjointe OMT/UNESCO/Sultanat d'Oman à Muscate, Oman (février 2005) ont adopté une « Déclaration sur l'environnement bâti du tourisme durable » invitant les gouvernements à prendre des mesures dans ce domaine.
- 6 On trouvera une analyse détaillée des liens entre le tourisme et les aires protégées dans *Sustainable Tourism in Protected Areas*, PNUE, OMT, UICN, 2002.
- 7 Voir les recommandations 22 et 23 du Congrès mondial des parcs 2003 à Durban (Afrique du Sud). <http://www.iucn.org/themes/wcpa/wpc2003/english/outputs/recommendations.htm>
- 8 La Déclaration de Québec sur l'écotourisme (2002) fournit un cadre pour des politiques touristiques rationnelles. <http://www.world-tourism.org/sustainable/IYE/quebec/>
- 9 *Guidelines on Biodiversity and Tourism Development*, Convention sur la diversité biologique, 2003



---

# *Structures et stratégies*

---

# 3

Ce chapitre décrit les structures qui aident les gouvernements à travailler en interne et avec d'autres acteurs pour rendre le tourisme plus durable. Il présente aussi les stratégies nécessaires pour élaborer et mener les politiques et les actions.

Une attention particulière est portée au lien entre les structures et les stratégies nationales et locales de tourisme durable : il est primordial qu'elles soient en harmonie et que les politiques et actions menées à ces différents niveaux soient complémentaires.

---

### 3.1 Des structures pour travailler ensemble

Des principes holistiques et équitables qui constituent le fondement du développement durable découlent de la nécessité de réunir de nombreux acteurs différents pour développer et gérer le tourisme de façon durable.

En réunissant ces différents groupes d'intérêts, les gouvernements doivent mettre en place des structures ayant deux finalités :

- associer les acteurs à la formulation d'une stratégie et de politiques de tourisme durable ;
- instaurer une coordination efficace des initiatives et un dialogue permanent entre les acteurs.

Dans de nombreux cas, ces deux objectifs peuvent être atteints par les mêmes structures. Des structures permanentes sont nécessaires pour assurer la coordination ; des structures supplémentaires temporaires peuvent être nécessaires pendant la phase de formulation de la politique.

Des structures peuvent être créées en partenariat avec d'autres acteurs en vue de :

- mettre davantage en valeur l'importance du développement durable du tourisme et faire en sorte que ceux qui peuvent l'influencer lui accordent toute leur attention ;
- permettre à ceux dont les intérêts ou domaines de responsabilité seront concernés par les impacts du tourisme d'avoir leur mot à dire dans son développement et sa gestion ;
- mettre en commun les connaissances et le savoir-faire relatifs aux problèmes économiques, sociaux et écologiques du tourisme ;
- veiller à ce que les politiques et initiatives dans d'autres secteurs ou domaines d'activités qui ont des effets sur le tourisme soient coordonnées et prises en compte, pour éviter les conflits entre les politiques et renforcer les synergies ;
- susciter un engagement d'ampleur pour soutenir et fournir les ressources à un programme conclu d'un commun accord.

L'encadré 3.1 donne un exemple de travail collectif de différents acteurs au Honduras.

#### *Relations et structures de coordination au sein des gouvernements*

De nombreuses instances gouvernementales ont la responsabilité de politiques et d'initiatives qui ont une influence importante sur le caractère de durabilité du tourisme. Elles sont énumérées au tableau 3.1. Le niveau de priorité accordé aux différents aspects de cette durabilité dépend de l'instance gouvernementale qui est responsable du tourisme. Par exemple, un ministère du Tourisme indépendant présente l'avantage de pouvoir établir les liens nécessaires avec les autres ministères, mais peut en définitive ne pas avoir un très grand poids au final. Rattacher le tourisme au ministère de l'Environnement peut être un moyen de sensibiliser le secteur aux questions de viabilité environnementale et renforcer les liens avec les parcs nationaux ou la promotion du tourisme de nature. Le rattachement à un ministère du Commerce ou du Développement peut permettre d'insister davantage sur la politique et le budget, mais peut aussi avoir pour effet d'accorder trop d'importance aux rentrées de devises et pas assez aux impacts au niveau local.

**Encadré 3.1 : Honduras—réunir les acteurs clés**

Le Honduras a pris un certain nombre d'initiatives pour développer le tourisme durable en s'appuyant sur l'environnement naturel de grande qualité du pays et sur l'attrait de son patrimoine historique. Il a reconnu qu'il était important, pour atteindre ses objectifs, de mettre en place des structures permettant aux ministères et aux acteurs du tourisme de travailler ensemble au niveau national et local.

Un « cabinet du tourisme » a été établi ; il réunit le président de la République, les ministres du tourisme, de l'environnement et des ressources naturelles, des finances, de la justice, de la sécurité, des transports et des services publics, de l'art et de la culture. Au sein de l'Institut du tourisme, des unités distinctes spécialisées dans l'environnement et le développement municipal ont été créées.

Au niveau local, environ 60 Commissions municipales de développement du tourisme ont été créées et placées sous l'autorité des maires ; elles comprennent des représentants du secteur touristique privé local et d'ONG. L'Institut du tourisme fournit des services d'assistance technique et de formation à ces Commissions sur diverses questions comme la gestion du tourisme, l'application de la législation sur l'environnement et la publication de principes directeurs.

Par ailleurs, des groupes de municipalités travaillent ensemble au niveau régional, par exemple sur une initiative de tourisme durable sur la côte nord et aux environs du site du patrimoine mondial de Copan.

**Tableau 3.1 Instances gouvernementales ayant une influence sur la durabilité du tourisme**

Tourisme	Élaboration, coordination et mise en œuvre de la politique touristique. Soutien au développement du tourisme, gestion et marketing
Cabinet du Premier ministre	Place du tourisme dans l'équilibre des politiques et priorités nationales
Finance	Niveau de ressources budgétaires allouées au tourisme. Politique fiscale
Commerce	Négociation des termes de l'échange. Promotion des exportations et des investissements
Développement économique	Politiques de développement durable. Aide aux entreprises
Environnement et ressources naturelles	Réglementation et contrôle des impacts environnementaux. Conservation de la biodiversité. Gestion des aires protégées. Gestion des ressources de l'écotourisme
Transports	Accessibilité, gestion du trafic et transports durables
Culture	Gestion et préservation des sites historiques et du patrimoine culturel
Agriculture	Développement rural et chaînes d'approvisionnement
Éducation	Formation dans le domaine du tourisme
Santé	Questions de sécurité et de protection des visiteurs et des travailleurs
Sports et loisirs	Promotion des attractions, activités, événements, etc. Éléments de marché domestiques
Affaires intérieures	Criminalité et sécurité. Protection des enfants
Affaires étrangères	Relations entre pays source et destination. Exigences liées à l'obtention de visas



*L'Etat de Queensland, en Australie, a adopté une approche qui mobilise l'ensemble du gouvernement. Un comité interministériel a été établi et des hauts fonctionnaires de chaque ministère compétent ont été chargés de l'ensemble des aspects liés au tourisme (voir les Études de cas, p. 140).*



*Le protocole signé entre les ministères bulgares de l'Économie, de l'Environnement et de l'Agriculture sur la mise en œuvre de la Stratégie nationale d'écotourisme et la collaboration de l'Agence égyptienne des affaires environnementales, de la Direction du développement du tourisme et du gouvernorat de la mer Rouge sur les politiques et réglementations relatives au tourisme constituent des exemples de collaboration. (voir les Études de cas, p. 146 & p. 156).*

Quelle que soit l'instance chargée du tourisme au sein du gouvernement, il y a quelques principes clés à respecter si l'on veut que le tourisme soit totalement intégré dans les stratégies nationales de développement durable, à savoir :

- le tourisme doit pouvoir faire entendre sa voix haut et clair et avoir un lien direct avec les hauts responsables du cabinet ;
- il doit y avoir une structure formelle et une coopération interministérielle sur le tourisme ;
- on doit retrouver ce type de relations au sein et entre les administrations publiques de niveau inférieur, comme les offices du tourisme et les agences de l'environnement.

Outre ces structures interministérielles, les ministères peuvent collaborer pour soutenir ou lancer des initiatives spécifiques. Celles-ci peuvent prendre la forme d'accords avec des collectivités locales et donner lieu à une collaboration de plusieurs organismes publics. L'officialisation de ces structures, accords et initiatives de collaboration par des protocoles d'accord est en général préférable.

### **Structures et mécanismes pour faire participer les acteurs**

Une approche durable du développement du tourisme exige des structures permettant aux représentants des collectivités locales et aux parties non gouvernementales intéressées de participer à la formulation et à la mise en œuvre des stratégies et politiques touristiques nationales. C'est aux gouvernements qu'il revient d'établir et de gérer ces structures.

Habituellement, ce sont des organismes publics qui s'en chargent, comme les offices du tourisme dont le comité exécutif compte des représentants du secteur privé. Si ce système doit être maintenu, il est important d'élargir le processus grâce à des structures spécialisées supplémentaires.

Certains pays ont des comités du tourisme permanents qui sont essentiellement des organismes consultatifs. Ceux-ci peuvent être des mécanismes efficaces pour promouvoir la durabilité du tourisme, à condition que la composition de leurs membres reflète les différentes dimensions du développement durable.

L'idéal serait une conférence ou un forum permanent comprenant de nombreux acteurs représentatifs de différents groupes et un organisme ou conseil plus modeste, éventuellement élu par le forum ou la conférence, qui s'occuperait des tâches de détail.

Cette structure multi-acteurs devrait représenter, entre autres :

- les différents ministères et organismes publics représentant les instances gouvernementales citées plus haut ;
- les autorités régionales et locales ;
- les différents segments du secteur du tourisme : associations d'hôteliers, de voyagistes, etc.
- le secteur des voyages internationaux ;
- le secteur des transports (tous modes) ;
- les ONG de défense de l'environnement et locales ;
- les organismes chargés du patrimoine culturel ;
- les parcs nationaux et autres aires protégées ;
- les groupes d'utilisateurs des infrastructures de tourisme/loisirs.

- la société civile (pas impliquée mais concernée par le tourisme) ;
- les universités et autres établissements d'enseignement et de formation de la filière touristique ;
- les syndicats.

Ce forum et ce conseil devront traiter de tous les aspects du tourisme en mettant l'accent sur la durabilité.

Pour que la durabilité soit effectivement une priorité, il faudra sans doute dans certains pays mettre en place un groupe de travail et de communication interinstitutionnels. La gageure sera de veiller à ce que le travail de cet organisme indépendant soit en permanence en phase avec l'orientation générale du tourisme et ne soit pas marginalisé.

### **Structures de coordination au niveau local**

Des structures réunissant des acteurs du tourisme, de l'environnement, de la communauté et du développement au sens large sont également nécessaires au niveau local. Certains ou tous les domaines d'action et fonctions du gouvernement national énumérés au tableau 3.1 peuvent avoir leur équivalent au niveau des autorités locales. Pour renforcer la durabilité du tourisme, il faut également établir des mécanismes permettant la réflexion et l'action communes au sein des gouvernements locaux.

Dans plusieurs pays, des organisations de gestion des destinations ont été créées au niveau local. Il s'agit de partenariats entre les collectivités locales et le secteur privé. Leur principale responsabilité est la gestion et la promotion du tourisme ; elles s'occupent parfois aussi de certains problèmes de développement. Ces organisations doivent tenir compte des dimensions sociales et environnementales de la durabilité en veillant à une représentation équitable des communautés locales et des groupes écologistes au sein de leurs organes directeurs.

*Le forum écossais du tourisme et de l'environnement est un bon exemple de ce qui est désormais essentiellement un groupe de pression en faveur du tourisme durable, contrôlant la politique appliquée par ses membres et encourageant les bonnes pratiques (voir les Études de cas, p. 184).*



## **3.2 Des stratégies nationales interdépendantes**

Une stratégie fixe un but et indique l'orientation et les approches nécessaires pour l'atteindre. Les stratégies peuvent couvrir de nombreuses questions ayant des incidences sur les résultats attendus et peuvent aussi concerner de nombreux acteurs différents dont les actions influent également sur ces résultats. Les gouvernements peuvent travailler avec d'autres acteurs pour élaborer des stratégies abordant aussi bien des grandes thématiques comme le développement durable et la lutte contre la pauvreté en général, que des domaines spécifiques comme le tourisme. Les politiques tendent quant à elles à être des déclarations de principe et d'intention plus précises sur certaines questions et peuvent être plus spécifiquement liées à des acteurs précis, et en premier lieu le gouvernement. Les politiques touristiques qui adhèrent au principe de durabilité doivent être élaborées grâce aux stratégies globales.

On peut distinguer trois types de stratégies ayant trait au tourisme durable :

- une stratégie touristique globale qui adhère aux principes de durabilité ;
- d'autres stratégies gouvernementales reconnaissant ou intégrant le tourisme durable

- (comme la stratégie relative à la biodiversité) ;
- les stratégies pour des sous-secteurs du tourisme qui peuvent être importants pour rendre l'ensemble du tourisme plus durable (par exemple une stratégie d'écotourisme).

### ***Une stratégie touristique adhérent au principe de durabilité***

Chaque pays devrait avoir une stratégie, publique et publiée, qui donne une direction et un cadre au développement et à la gestion du tourisme, ce qui permettrait :

- de guider les politiques et actions du ministère du tourisme et de ses agences comme l'office national du tourisme ;
- d'influencer les autres départements et ministères du gouvernement ;
- de stimuler et contrôler le secteur privé et les investisseurs potentiels ;
- de donner un cadre aux politiques et à l'action touristiques au niveau local.

Plutôt que d'élaborer une stratégie séparée pour le tourisme durable, il faut que les stratégies touristiques classiques adhèrent au concept de durabilité.

Dans le passé, les stratégies touristiques (et en particulier les schémas directeurs touristiques qui s'intéressaient essentiellement aux questions physiques et géographiques) ont souvent traité la durabilité comme un volet distinct de la stratégie ou du schéma qui se contentait d'énoncer les impacts possibles et de faire des propositions pour les atténuer. Cela ne suffit pas. C'est l'ensemble de la stratégie qui doit reposer sur les principes de durabilité. Elle doit donc :

- être issue de processus garantissant la participation des acteurs concernés ;
- promouvoir et respecter la planification du tourisme au niveau local et fournir un cadre à cet effet ;
- s'inspirer des buts et des principes du tourisme durable, notamment ceux présentés dans ce Guide, en précisant les objectifs, politiques et actions spécifiques qui en découlent.

Nous reviendrons plus en détail sur ces trois exigences ci-après.

Une stratégie touristique élaborée selon ce principe doit pouvoir résister à une analyse extérieure approfondie concernant ses impacts et ses résultats probables. Certains pays ont introduit des processus de sélection et de contrôle de la durabilité des politiques. Dans l'Union européenne, par exemple, l'évaluation stratégique environnementale de toutes les politiques publiques pour certains secteurs (dont le tourisme) est désormais obligatoire. Ces processus peuvent également être utiles pour donner aux stratégies touristiques existantes une orientation plus durable. L'encadré 3.2 donne l'exemple des Fidji.

### ***Prise en compte effective du tourisme dans les autres administrations publiques***

En plus de se doter d'une stratégie touristique distincte adhérent au principe de durabilité, les gouvernements devraient veiller à ce que le développement durable du tourisme soit pleinement reconnu dans les autres stratégies gouvernementales. Il y a trois raisons pour lesquelles c'est particulièrement important :

- Souvent, c'est seulement par intégration spécifique et très médiatisée dans des stratégies et politiques de plus haut niveau que le tourisme est pris au sérieux par les

### Encadré 3.2 : Fidji—Évaluer la stratégie

Une évaluation stratégique environnementale du plan de développement du tourisme de Fidji (1998–2005) a été effectuée dans le cadre de son examen à mi-parcours, car les responsables avaient l'impression que le plan était focalisé surtout sur la composante économique et moins sur les aspects sociaux et environnementaux du développement durable.

L'évaluation a été effectuée par un organisme extérieur, le programme Pacifique Sud du WWF, en partenariat avec des ministères, la société civile et les professionnels du tourisme. La Banque asiatique de développement (BAsD) a participé à la préparation de l'évaluation, apportant son concours à l'élaboration du concept initial et rédigeant le projet de mission en partenariat avec le WWF et le ministère du tourisme. Elle a également apporté une aide financière au projet, de même que le gouvernement néo-zélandais.

Le plan de développement du tourisme avait préconisé un net changement du taux de croissance du tourisme. L'organisme chargé de l'évaluation a étudié en profondeur la situation économique, sociale et environnementale de départ et a évalué les changements probables selon le scénario de croissance fixé. La conclusion a été que :

- la croissance envisagée dans le plan risquait de se traduire par un développement à grande échelle qui ferait pencher la balance du côté de la dégradation environnementale et des tensions sociales. Une approche de précaution s'imposait donc ;
- même si des politiques et des lois permettant l'application de cette approche de précaution existaient sur le papier, il fallait déployer beaucoup plus d'efforts pour les faire appliquer et pour faire respecter partout les directives concernant les bonnes pratiques ;
- il fallait une participation locale beaucoup plus grande à la planification du tourisme, avec un maintien local beaucoup plus important des recettes touristiques.

Les conclusions de l'évaluation ont été soumises à l'analyse d'un atelier d'acteurs, puis adoptées et avalisées par le Conseil national du tourisme.

ministères concernés par le développement durable et l'environnement. Et c'est alors seulement qu'on lui affecte les ressources nécessaires.

- la législation et les règlements nécessaires pour contrôler les impacts du tourisme peuvent être instaurés par les stratégies et politiques d'environnement ou de développement. Celles-ci doivent donc prendre en compte le tourisme dès le départ ;
- le développement durable est holistique par nature. Il requiert donc une synchronisation des politiques et la coordination de l'action entre les secteurs.

Les stratégies de haut niveau suivantes (ou leurs équivalents), que l'on trouve dans de nombreux pays, sont particulièrement importantes pour le tourisme durable :

- stratégies nationales de développement durable ;
- stratégies de lutte contre la pauvreté ;
- stratégies environnementales nationales et plans d'action pour la biodiversité.



*En Bulgarie, des mesures ont été prises pour que le travail sur l'écotourisme influe sur le tourisme classique, par ex. en intégrant la stratégie d'écotourisme dans le travail des associations régionales de tourisme et dans la préparation par les municipalités des plans de développement régional et local (voir les Études de cas, p. 146).*



*Le Costa Rica et l'Australie ont eux aussi mis en évidence l'influence que peut avoir le travail sur l'écotourisme (voir les Études de cas, p. 151 & 140).*



*La Bulgarie a élaboré une Stratégie nationale d'écotourisme en parallèle avec 12 programmes régionaux d'action pour l'écotourisme, chacun nourrissant l'autre et réciproquement (voir les Études de cas, p. 146).*



*Le Mexique a lancé dans le cadre du programme Agenda 21 une initiative qui consiste à prendre des mesures simultanément dans plusieurs destinations. Elle s'appuie sur un cadre et un processus établis à l'échelle nationale qui reflètent l'un des principaux piliers du programme touristique national (voir les Études de cas, p. 165).*

Les autres stratégies importantes qui doivent inclure le tourisme sont celles qui couvrent la planification intégrée des transports, les questions de culture et de ressources humaines, ainsi que la formation professionnelle. De même qu'il est important que le tourisme soit pris en compte dans ces stratégies, les stratégies touristiques doivent tenir compte de ce thème lors de l'élaboration de leurs propres politiques et actions.

### **Stratégies plus spécifiques**

En plus des stratégies touristiques générales, il peut être utile d'élaborer des stratégies ou des politiques pour certains aspects du tourisme. Elles peuvent être définies par type de produit ou de marché, par ex. le tourisme culturel, rural, de santé ou sportif, ou les croisières. Elles doivent aussi refléter les principes de durabilité.

Plusieurs pays ont élaboré une stratégie distincte pour l'écotourisme. Dans certains cas, ils l'ont fait à l'instigation du ministère de l'Environnement ou d'autres défenseurs de l'environnement. Ces stratégies peuvent être très utiles pour coordonner et assurer le succès de ce sous-secteur. Elles permettent aussi de faire la démonstration de la pertinence des processus mis en place et de formuler des politiques qui peuvent ensuite être élargis à l'ensemble du secteur du tourisme. D'un autre côté, il y a un risque que les stratégies séparées d'écotourisme soient considérées comme étant une mesure gouvernementale suffisante pour rendre le tourisme durable, selon une méprise très courante déjà évoquée au chapitre 1 qui veut que la durabilité appliquée au tourisme désigne un type particulier de tourisme et non un aspect crucial du tourisme en général.

## **3.3 Intégrer les stratégies nationales et locales**

Pour obtenir des résultats probants, les politiques doivent être élaborées et mises en œuvre au niveau national et local. La prise de décision locale est un aspect important du développement durable, et ce d'autant plus que de nombreux pays sont en train de décentraliser leurs structures politiques et administratives.

Il est de plus en plus reconnu que le moyen le plus sûr de parvenir au tourisme durable est d'adopter une approche intégrée du développement et de la gestion du tourisme au niveau des destinations. C'est en effet au niveau local que le tourisme est le plus directement lié à et pénalisé par les problèmes environnementaux et sociaux. L'encadré 3.3 donne des informations générales utiles sur ce que l'on entend par « destination locale ».

Il est extrêmement important que les stratégies touristiques nationales et locales soient complémentaires. Généralement, elles ont des priorités différentes :

- les stratégies touristiques nationales concernent la vision nationale du tourisme ; le positionnement et l'orientation générale du tourisme ; les questions générales d'adaptation au marché ; l'aspect spatial du développement du tourisme ; les questions fiscales ; la définition de normes pour le secteur ; la législation, les règlements et autres mécanismes ; les programmes d'aide, notamment les ressources financières ; la recherche, ainsi que l'acquisition et la diffusion des connaissances ; la stratégie marketing et promotionnelle, en particulier au niveau international ;
- les stratégies touristiques locales portent une vision holistique de la destination ; les



### Encadré 3.3: Définir une destination locale

Selon le groupe de réflexion sur la gestion des destinations de l'OMT :  
 « une destination touristique locale est un espace physique dans lequel un visiteur passe au moins une nuit. Elle comprend des produits touristiques tels que des services d'assistance et des attractions, et des ressources touristiques pour un voyage aller-retour d'une journée. Elle a des limites physiques et administratives qui déterminent sa gestion et des images et perceptions qui déterminent sa compétitivité sur le marché. Les destinations locales intègrent diverses parties prenantes avec souvent une communauté d'accueil, et peuvent être imbriquées les unes dans les autres ou s'associer pour former des destinations plus grandes. »

Les destinations locales peuvent être des villes, des stations touristiques, des zones rurales isolées ou regroupées. Une combinaison de facteurs détermine ce que l'on peut appeler une destination fonctionnelle, notamment :

- le fait que les limites géographiques du lieu correspondent aux limites communales ou d'autres formes de désignation comme les parcs nationaux ;
- le fait qu'il soit unifié par certaines images ainsi que par des caractéristiques et qualités intrinsèques qui peuvent contribuer à la formation d'une image de marque clairement identifiable ;
- le fait qu'il soit un lieu avec lequel les acteurs locaux ont une affinité naturelle et dans lequel il leur est possible de travailler ensemble.

priorités et objectifs locaux ; les possibilités et les contraintes liées aux ressources locales ; le volume et la nature du tourisme recherché ; l'identité et l'image de marque de la destination ; le développement de produits, y compris la localisation et les liens avec les plans d'occupation des sols ; les réseaux et chaînes d'approvisionnement locaux ; la mise en place d'infrastructures ; les sites et attractions touristiques spécifiques ; la gestion des visiteurs ; l'information des visiteurs et le marketing relatif à la destination.

En un mot, les stratégies nationales ont pour objet de définir les politiques et instruments qui permettront de créer des conditions favorables au tourisme durable, tandis que les stratégies locales sont davantage destinées à déterminer ce qui se passe sur le terrain. Le tourisme durable exige que les stratégies nationales et locales adhèrent aux principes du développement durable, qu'elles soient cohérentes et se renforcent mutuellement.

#### **Processus locaux rattachés à l'Agenda 21 et participation des communautés locales**

De nombreuses destinations dans différentes parties du monde ont élaboré des stratégies et politiques touristiques dans le cadre d'un programme Agenda 21 local<sup>1</sup>. C'est le moyen de réunir les acteurs les plus divers de la destination locale pour intégrer les préoccupations environnementales mondiales dans les plans locaux, décider de l'avenir qu'elles veulent et travailler ensemble à sa construction. Certaines destinations ont mis en œuvre des programmes Agenda 21 où le tourisme est considéré comme une activité parmi les autres. En principe, c'est une bonne idée d'adopter d'abord cette approche holistique, puis d'élaborer sur cette base la stratégie de tourisme durable. Dans certains endroits où le

*En Afrique du Sud, un Livre blanc national sur le tourisme expose clairement les principes du « tourisme responsable » qui ont guidé les politiques et stratégies touristiques dans tout le pays et se concrétisent dans les politiques, cadres de planification et fonctions établis au niveau des provinces (voir les Études de cas, p. 174).*



*Calvià, en Espagne, est une destination touristique majeure qui a appliqué le processus participatif du programme Agenda 21 local pour réunir tous les acteurs concernés (voir les Études de cas, p. 179).*





tourisme est l'activité principale, une stratégie dans le cadre du programme Agenda 21 local peut être assimilable à une stratégie de tourisme durable.

Il est également important de reconnaître qu'une destination peut être composée de plusieurs communautés clairement identifiables. Une démarche de tourisme durable exigera dans ce cas la consultation de chacune de ces communautés pour déterminer les préoccupations locales et les opportunités touristiques qu'elles perçoivent. L'importance à accorder à ce processus dépend avant tout de la nature de la destination. Dans de nombreux pays en développement, la participation des communautés autochtones à l'orientation du développement du tourisme local est d'importance critique.

### Notes

---

- 1 De plus amples informations sont données dans *Tourism and Local Agenda 21*, PNUE et ICLEI, 2003.

---

# *Préparer le terrain*

---

# 4

Ce chapitre s'intéresse au processus d'élaboration d'une stratégie de tourisme durable. Il décrit les principales étapes du processus et les relie à l'objectif de durabilité du tourisme. Il analyse ensuite plus en détail la phase portant sur les choix stratégiques relatifs au niveau et à la nature du tourisme. Les dernières parties sont consacrées à l'influence que la politique menée peut exercer sur le développement du tourisme et le comportement des entreprises et des consommateurs (c'est-à-dire des touristes) à l'égard de la durabilité. Des outils pour faciliter la mise en œuvre et améliorer la durabilité sont également présentés succinctement ; ils seront décrits plus en détail au chapitre suivant.

---

## 4.1 Élaborer une stratégie de tourisme durable



*A Calvià, le soutien politique en haut lieu (le maire jouant un rôle déterminant) a donné encore plus de poids au processus, mais a aussi mis en évidence la nécessité de l'adhésion de l'ensemble de la classe politique à la vision et au processus à long terme pour garantir sa pérennité malgré les bouleversements du paysage politique. Certaines lacunes au stade de l'exécution ont également fait apparaître, avec le recul, la nécessité de rendre dès le début les acteurs plus responsables de la mise en œuvre de l'initiative (voir les Études de cas, p. 179).*



*En Australie, la rédaction du Livre blanc sur le tourisme a donné lieu à une vaste consultation sur Internet et par email. La Bulgarie a eu recours à tout un éventail d'activités promotionnelles, notamment de nombreuses conférences de presse, des campagnes d'affichage au niveau local, etc. (voir les Études de cas, p. 140 & p. 146).*

L'élaboration d'une stratégie de tourisme durable doit être un processus participatif associant de multiples acteurs, afin de susciter une plus large adhésion à la stratégie et la volonté de la mettre en œuvre. Le choix des acteurs associés à l'élaboration de la stratégie doit être représentatif de la composition des partenariats instaurés pour le tourisme au niveau national ou local comme indiqué au chapitre 3 (paragraphe 3.1). Il est indispensable d'obtenir dès le départ leur adhésion à la stratégie et surtout à sa mise en œuvre. La formulation d'une stratégie se déroule en trois étapes :

- analyse du contexte, des problèmes et des possibilités ;
- définition des objectifs et décisions concernant les choix stratégiques ;
- formulation des politiques et des programmes d'action

### **Analyse du contexte, des problèmes et des possibilités**

Cette première étape consiste à faire le point de façon détaillée et objective sur l'état du tourisme au sein de la destination (qui peut être un pays ou un endroit précis), ainsi que sur les ressources dont le tourisme est tributaire ou sur lesquelles il a un impact, non seulement maintenant mais aussi dans l'avenir.

Il faut dès le départ considérer les aspects et attributs qui ont une influence particulière sur la durabilité du tourisme, afin de recueillir les données nécessaires et de poser les bonnes questions. Le programme en 12 points donne des conseils sur les aspects à analyser. Des indicateurs initiaux (traités plus en détail au chapitre 5) doivent être définis pour pouvoir effectuer des mesures qui serviront de référence pour évaluer les changements futurs.

La situation doit être analysée en s'appuyant sur des enquêtes, des consultations et des études techniques. Pour faciliter l'analyse, l'encadré 4.1 donne une liste des suggestions sur les informations les plus pertinentes au regard de la problématique de la durabilité. L'analyse de la situation est la première étape pour mettre en évidence les problèmes clés pour la durabilité du tourisme au niveau d'une destination donnée, ainsi que les possibilités pour l'avenir ; par exemple : la durabilité des entreprises, les questions de capacité, les tendances du marché, la dégradation de l'environnement ou les inquiétudes de la population à propos de l'évolution future. Il peut être utile de réunir toutes ces informations dans un rapport qui sera largement circulé.

Il faut cependant consulter le plus d'acteurs possible pour clarifier les problèmes. Ce processus permettra de dégager des priorités. Diverses techniques de consultation et de communication peuvent être employées pour ce faire, par exemple des réunions publiques, des ateliers à l'intention des acteurs, une consultation via Internet, etc. On pourra utilement faire appel aux médias locaux pour susciter l'intérêt du public.

### **Définition des objectifs et choix stratégiques**

Le gouvernement et les collectivités locales doivent se mettre d'accord avec l'ensemble des acteurs sur une vision du tourisme et un ensemble d'objectifs stratégiques. Ces derniers doivent s'appuyer sur l'analyse évoquée ci-dessus et sur les 12 objectifs du tourisme durable décrits précédemment.

La vision et les objectifs stratégiques doivent être adaptés au pays ou à la destination et prendre pleinement en compte les questions de viabilité économique, sociale et environnementale. Les objectifs différeront d'un endroit à un autre, mais le but doit être dans tous les cas de trouver un équilibre entre la priorité relative accordée à des questions comme la lutte contre la pauvreté, le soutien à la conservation ou la réduction des impacts environnementaux négatifs. Ces objectifs d'ordre général doivent guider les politiques et mesures en faveur du tourisme. A ce stade, plusieurs choix stratégiques doivent être faits, par exemple, le niveau et la nature du tourisme que peut accueillir la destination, le ciblage des marchés et le choix des produits. Ces aspects sont analysés plus en détail au point 4.2. D'autres objectifs traduisant ces choix stratégiques peuvent être définis et rattachés à des politiques et mesures spécifiques.

#### Encadré 4.1 : Analyser la situation

Les recherches et la collecte de données doivent couvrir les domaines suivants :

- Analyse des politiques et plans touristiques passés, ainsi que les informations et politiques liées plus généralement aux développement durable et à l'environnement ;
- Analyse des études déjà effectuées dans le domaine ;
- Entretiens en tête-à-tête avec les principaux acteurs et les personnes ayant une expérience et un savoir-faire particuliers dans les domaines concernés ;
- Enquête auprès des visiteurs ;
- Enquête auprès des entreprises de tourisme ;
- Opinion des résidents locaux — par l'intermédiaire de représentants élus ou de groupes d'intérêt, lors de réunions ouvertes à tous ou d'enquêtes auprès des ménages ;
- Inspection de sites, en fonction des possibilités et des besoins ;
- Opinion du marché (par ex. des voyageurs) et analyse de la concurrence.

Les informations utiles pour la thématique de la durabilité sont notamment :

- le poids relatif des opinions sur le niveau et la nature du tourisme qui est souhaité et réalisable ;
- les diverses ressources du patrimoine naturel et culturel, y compris leur état actuel de préservation, leur degré d'utilisation, leur intérêt touristique potentiel et leur vulnérabilité à un usage futur ;
- les questions économiques et sociales au niveau de la destination, notamment la contribution du tourisme et des autres secteurs économiques ;
- l'état de l'environnement, notamment la qualité de l'eau et de l'air, etc. ;
- l'existence de processus de gestion environnementale adéquats ;
- l'emploi dans le tourisme et l'aide à l'emploi dans ce secteur ;
- les résultats, perspectives, besoins, etc. des entreprises ;
- les flux actuels de visiteurs, les tendances du marché et les opportunités ;
- la satisfaction des visiteurs, notamment leur attitude vis à vis des problèmes d'environnement et autres ;
- les infrastructures touristiques et les services connexes, notamment les transports, l'approvisionnement en eau, etc. et leur capacité

### **Formulation de politiques et de programmes d'action**

Cette étape finale est celle de la formulation de politiques et programmes d'action spécifiques qui permettront d'atteindre les buts et objectifs stratégiques et refléteront les choix effectués. A ce stade, il convient d'accorder la plus grande attention aux domaines d'action évoqués au chapitre 2. Il pourra être utile d'envisager ces politiques et programmes d'action dans un cadre visant à influencer le développement, les activités des prestataires de services touristiques et les visiteurs (voir les points 4.3 –4.5).

D'autres consultations, avec éventuellement la création de groupes de travail techniques, pourront être nécessaires pour mettre au point certaines politiques et actions.

A ce stade, il faut déterminer ou renforcer la palette d'instruments à la disposition du gouvernement pour mettre en œuvre les politiques et maximiser la durabilité (voir le chapitre 5).

#### **Encadré 4.2 : Structures collaboratives et élaboration de stratégies pour les aires protégées**

EUROPARC, la Fédération des parcs naturels d'Europe, a élaboré une Charte du tourisme durable dans les espaces protégés. La première exigence de la Charte est qu'il y ait un forum permanent ou un dispositif équivalent réunissant les gestionnaires des espaces protégés, les municipalités locales, les organismes et associations locales de conservation et des représentants du secteur du tourisme. Des liens durables avec des organismes régionaux et nationaux doivent être noués. La deuxième exigence est qu'une stratégie de tourisme durable et un plan d'action partagé soit développé pour l'espace protégé. Ils doivent s'appuyer sur un processus de consultation et être approuvés et compris par les acteurs locaux. Ils doivent inclure :

- une définition de la région sur laquelle portera la stratégie, région qui peut dépasser les limites de l'espace protégé ;
- une évaluation du patrimoine naturel, historique et culturel de l'espace concerné, des infrastructures touristiques et du contexte économique et social sous l'angle de la capacité, des besoins et des éventuelles opportunités ;
- une évaluation des visiteurs actuels et des marchés potentiels futurs ;
- un ensemble d'objectifs stratégiques pour le développement et la gestion du tourisme couvrant :
  - la conservation et la mise en valeur de l'environnement et du patrimoine,
  - le développement économique et social,
  - la préservation et l'amélioration de la qualité de la vie de la population locale,
  - la gestion des visiteurs et le renforcement de la qualité du tourisme offert ;
- un plan d'action pour atteindre ces objectifs ;
- une indication des ressources et des partenaires de mise en œuvre de la stratégie ;
- des propositions pour suivre les résultats.

Vingt-trois parcs de huit pays ont à ce jour adhéré à la Charte. Dans chaque cas, EUROPARC a demandé à des contrôleurs externes d'aider les parcs à trouver des solutions pour renforcer leurs actions dans une perspective de durabilité et la Charte a constitué une incitation efficace à l'adoption de bonnes pratiques.

Un programme d'actions précisant les organismes responsables, les ressources approximatives, les objectifs, le calendrier et le suivi correspondant doit être établi. Les organismes concernés doivent mettre en œuvre les actions et rendre compte des progrès accomplis. Les résultats doivent être mesurés à l'aide des indicateurs de durabilité définis au départ ou d'une combinaison de certains d'entre eux. L'encadré 4.2 donne un exemple de bonne pratique.

## 4.2 Déterminer le niveau et la nature du tourisme

Lors de la formulation des stratégies et politiques, les gouvernements doivent, en concertation avec leurs partenaires, réaliser des choix stratégiques concernant le niveau général et la forme de tourisme les plus adaptés au pays ou à des destinations spécifiques. Cela signifie notamment fixer des objectifs de volume et de valeur du secteur, de performances par rapport à d'autres indicateurs de durabilité. De nombreux facteurs influent sur ces décisions, notamment les objectifs stratégiques généraux et les divers facteurs mis en évidence lors de l'analyse de la situation, comme les niveaux actuels de tourisme, les tendances du marché et diverses contraintes liées aux ressources. Des indicateurs et techniques permettant de déterminer les limites du tourisme peuvent être utilisés comme outils d'aide à la décision.

Il y a deux points importants à considérer pour déterminer quel est le niveau de tourisme acceptable et s'il faut et/ou s'il est possible de le développer, à savoir :

- la répartition géographique du tourisme. Les espaces et communautés peuvent être plus ou moins adaptés à différents niveaux de tourisme. Les facteurs ayant une incidence sur le choix du lieu d'un nouveau projet touristique sont indiqués plus loin ;
- la variabilité du niveau de la demande au cours de l'année. Le caractère saisonnier du tourisme est un problème majeur pour sa durabilité. Beaucoup de destinations connaissent des périodes de pointe et de creux différentes. Dans certains endroits, c'est une bonne chose car cela permet aux communautés et à l'environnement de récupérer pendant la saison morte et au tourisme de s'intégrer parmi d'autres activités et moyens de subsistance. Mais une demande moins saisonnière aurait aussi de nombreux avantages pour la durabilité du tourisme, notamment :
  - une rentabilité et viabilité plus grande des entreprises ;
  - des emplois de meilleure qualité ;
  - une utilisation plus rationnelle des ressources (comme la capacité d'hébergement) et des infrastructures ;
  - l'inversion de la tendance croissante à une saturation des destinations aux périodes de pointe où les impacts sur les communautés et l'environnement sont les plus importants.

### *Choix des marchés*

Les stratégies touristiques doivent identifier les marchés prioritaires. Ce choix aura des répercussions sur les politiques relatives aux types de produits à privilégier et sur la stratégie marketing.

Les considérations de durabilité attirent l'attention sur plusieurs facteurs qu'il faut avoir présents à l'esprit quand on choisit des marchés cibles :

## 4

- caractère saisonnier : c'est un facteur clé dans le choix des marchés. Certains marchés sont moins limités que d'autres en termes de période disponible pour voyager, ou sont plus susceptibles et plus à même de répondre à des produits et offres hors saison ;
- potentiel de croissance : dans l'intérêt de la viabilité économique, la plupart des destinations chercheront à conquérir les marchés offrant un potentiel de croissance future ;
- dépenses par tête au niveau local : des visiteurs qui dépensent plus peuvent contribuer davantage à la prospérité locale, sans coût supplémentaire pour la communauté ou l'environnement. Mais il faut aussi considérer les comportements de dépense de différents segments de marché, notamment quels types de visiteurs risquent le plus de dépenser pour des produits et services dont les recettes resteront au sein de la communauté ;
- durée du séjour : les visiteurs qui restent plus longtemps peuvent apporter une contribution économique plus importante ; ils peuvent devenir plus sensibles et plus favorables aux besoins de la communauté locale et aux impératifs de conservation, tout en procurant un bénéfice économique supérieur (gain local) par kilomètre parcouru (coût environnemental global). Dans de nombreuses régions du monde, cependant, les voyages de courte durée progressent plus vite que les voyages plus longs ;
- la distance parcourue : les marchés plus proches, avec des durées moins longues de voyage jusqu'à la destination, réduisent l'impact environnemental global des émissions des moyens de transport ;
- la pertinence de l'offre : certains segments de marché sont plus susceptibles que d'autres de répondre de façon positive au type de destination ou de produit proposé ;
- la responsabilité et l'impact : les destinations qui comportent des environnements ou des communautés particulièrement fragiles peuvent cibler des segments particuliers, plus à même d'apprécier et d'agir de façon responsable ou dont les activités, de par leur nature, auront moins d'impact sur l'environnement ou les communautés ;
- la fiabilité : il y a des avantages à choisir des marchés moins enclins à des fluctuations imprévisibles sous l'effet de facteurs tels que les événements mondiaux, les taux de change ou l'image de la région ;
- offrir des possibilités à tous : vouloir satisfaire pleinement le visiteur implique n'exclure personne quand on propose ou suggère des attractions touristiques ; c'est prêter attention aux besoins des personnes qui sont défavorisées sur le plan physique ou économique ;
- capacité d'entrer en contact avec le marché de façon efficace : ne choisir que les marchés qui disposent de moyens de communication efficaces et économiques.

Des choix stratégiques doivent être effectués entre les marchés cibles à partir de ces facteurs. Par exemple, certains marchés internationaux affichent une forte croissance, un taux de dépense par tête élevé et une bonne affinité avec le produit, mais sont plus saisonniers, moins fiables, pas accessibles à tous et exigent des voyages plus longs. Les marchés intérieurs peuvent procurer moins de bénéfices économiques mais être plus fiables, moins saisonniers et apporter les bénéfices sociaux recherchés par les acteurs. Dans certains cas, le tourisme d'affaires et les marchés des réunions, récompenses, conférences et salons peuvent être une source d'importantes recettes hors saison. Les considérations de durabilité font apparaître la nécessité, pour les destinations, d'attirer plusieurs types de marchés afin d'éviter toute dépendance excessive à l'égard d'un marché qui peut ne pas être stable à long terme. L'importance d'une étude de marché approfondie a été soulignée comme étant un facteur déterminant de la durabilité.



Tableau 4.1 : Avantages et inconvénients potentiels des différents types de tourisme en termes de durabilité

Type de tourisme	Avantages potentiels	Inconvénients potentiels
Grandes stations de villégiature, grands hôtels ou entreprises similaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• création de nombreux emplois</li> <li>• ressources pour soutenir la formation</li> <li>• compétences commerciales et marketing ; stabilité financière</li> <li>• capacité d'investir dans des systèmes de gestion environnementale et les nouvelles technologies</li> <li>• potentiel de diversification du marché pour réduire le caractère saisonnier de l'activité</li> <li>• possibilité d'absorption de gros volumes de visiteurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• gourmands en espace et en ressources</li> <li>• empreinte écologique potentiellement importante</li> <li>• peuvent ne pas avoir de rapports directs avec la communauté locale</li> <li>• fuites économiques potentiellement plus importantes, notamment le rapatriement des profits</li> <li>• anonymat et manque d'authenticité</li> <li>• risque d'exploitation de la communauté et/ou de l'environnement et manque d'influence locale</li> <li>• possible absence d'engagement à long terme avec les PME et les microentreprises locales</li> </ul>
PME et micro-entreprises	<ul style="list-style-type: none"> <li>• entreprises unipersonnelles potentiellement aptes à faire face à la situation locale</li> <li>• peuvent être situées dans des régions qui ont des besoins économiques</li> <li>• flexibles, avec un potentiel de croissance</li> <li>• capables d'offrir des prestations authentiques</li> <li>• les profits peuvent rester au sein de la communauté</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• niveau d'emploi moyen à faible</li> <li>• qualité variable</li> <li>• manque de ressources pour investir dans la qualité et la gestion environnementale</li> <li>• manque de compétences commerciales</li> <li>• difficulté à assurer l'accès du marché</li> </ul>
Tourisme fondé sur/par la communauté locale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• produits appartenant à et/ou exploités par la communauté, avec partage des bénéfices économiques et sociaux</li> <li>• sensibilisation de la communauté en général, ce qui stimule le soutien local à la conservation de la culture et de la nature</li> <li>• offre de prestations authentiques basées sur le savoir local</li> <li>• plus grande sensibilisation et soutien des visiteurs aux problèmes locaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• toute incertitude concernant la propriété et le manque d'esprit d'entreprise peuvent conduire à une faible viabilité économique</li> <li>• difficulté d'assurer une répartition équitable des bénéfices</li> <li>• manque de compétences commerciales et accès difficile aux marchés</li> <li>• il peut être difficile de rompre la dépendance à l'égard de l'assistance extérieure</li> </ul>
Entreprises d'écotourisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• intérêt croissant du marché</li> <li>• tous les produits d'écotourisme doivent être par définition spécialement conçus pour avoir un impact minimum sur l'environnement et pour soutenir la conservation et les communautés</li> <li>• adaptées aux régions fragiles/protégées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• la localisation dans des aires naturelles, voire au milieu de communautés autochtones, crée un risque d'impact intrusif</li> <li>• possibilité d'utiliser abusivement le terme d'écotourisme sans procurer les impacts positifs correspondants</li> <li>• l'attrait, pour les visiteurs, est souvent saisonnier</li> </ul>
Entreprises de tourisme d'activités	<ul style="list-style-type: none"> <li>• intérêt croissant du marché</li> <li>• avantages récréatifs certains</li> <li>• possibilité d'allonger la saison</li> <li>• peut générer un nouveau tourisme dans les zones rurales isolées</li> <li>• certaines activités sont sans danger pour l'environnement (marche, vélo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• peut être extrêmement préjudiciable à l'environnement s'il est mal géré/contrôlé</li> <li>• inquiétudes potentielles concernant la sécurité des visiteurs</li> </ul>
Entreprises de tourisme culturel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• soutient la conservation du patrimoine et la richesse culturelle</li> <li>• possibilité d'allonger la saison</li> <li>• augmente la sensibilisation des visiteurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• terme difficile à définir</li> <li>• risque de dégradation de la culture, à moins d'être correctement géré</li> </ul>

## 4

**Choix des produits**

Les stratégies touristiques doivent tenir compte de l'équilibre des produits au niveau des destinations. Les considérations de durabilité peuvent mettre en évidence des lacunes dans la gamme de produits proposés ou des types de produits à mettre en valeur.

Peu de produits touristiques sont non durables par nature. Dans presque tous les cas, leur impact dépend de la nature et de la localisation de l'infrastructure et de l'activité. Mais, les différents types de produits ont des points forts et des points faibles différents en termes de durabilité. C'est ce qu'illustre le tableau 4.1.

Les gouvernements doivent, avec l'aide du secteur privé, s'efforcer de réduire les inconvénients potentiels et renforcer les avantages des différents produits touristiques.

Dans l'ensemble, les destinations doivent s'efforcer d'offrir une grande diversité de produits, sous réserve qu'ils répondent à la demande du marché, qu'ils soient bien planifiés et organisés et qu'ils soient exploités en vue de répondre aux besoins de l'environnement et des communautés locales.

La présence d'un grand choix d'attractions, de restaurants, de boutiques (notamment pour la vente d'objets artisanaux) et d'animations proposés par les entreprises et les organismes locaux augmentera le niveau potentiel de dépenses des visiteurs et la valeur économique retenue localement.

**4.3 Influencer sur le développement du tourisme**

Les politiques gouvernementales qui influent sur l'ampleur et le type de nouveaux aménagements touristiques comptent parmi les facteurs les plus importants pour la durabilité du tourisme. Les décisions prises au stade de l'élaboration ont un effet à long terme difficile à inverser.

On peut agir sur le développement du tourisme si les politiques sont acceptées par tous et si le tourisme dans une région est planifié ; il convient aussi de déterminer la nature et la forme des diverses propositions d'aménagement et décider s'il convient d'y donner suite ou non.

Les principes et les buts du tourisme durable, ainsi que leurs implications politiques, mettent en avant plusieurs facteurs qui doivent être pris en compte lors des prises de décisions sur le développement du tourisme et lors de la formulation des politiques destinées à l'influencer.

Ces facteurs, présentés dans l'encadré 4.3, sont de trois ordres :

- facteurs de développement stratégique : il s'agit des différentes répercussions que peut avoir un projet sur l'échelle et la forme générales du tourisme au niveau d'une destination ;
- facteurs de situation : il s'agit des décisions et des choix relatifs aux endroits où le développement du tourisme peut être encouragé ou doit être découragé ;
- facteurs de performance et d'impact : il s'agit des impacts de projets spécifiques sur l'économie, la société et l'environnement.

Les outils décrits ci-dessous peuvent être utiles pour aborder les différents facteurs mentionnés dans l'encadré 4.3. D'autres outils sont présentés de la même façon dans les sections suivantes ; leur pertinence et leur mode d'utilisation sont traités plus en détail au chapitre 5.



## Outils

L'**aménagement du territoire et le contrôle du développement** sont des outils de base pour agir sur la localisation et la nature du développement du tourisme. La réglementation du développement peut aussi jouer un rôle ; dans certains cas, des principes directeurs moins formels peuvent également être précieux. La période pendant laquelle un nouveau développement est envisagé ou approuvé peut être une excellente occasion d'influer sur la durabilité future du tourisme en instaurant des obligations pour les opérateurs : par exemple l'exigence d'effectuer des contrôles d'impacts et de publier les résultats. On peut utiliser des **instruments économiques** pour inciter les concepteurs du nouveau projet à intégrer les principes de durabilité. Le **renforcement des capacités** est important pour aider les PME et les communautés à prendre des décisions à propos des nouveaux projets et à les mettre en œuvre. Le fait d'investir dans des infrastructures appropriées peut aussi avoir une incidence sur le nouveau projet touristique. L'application d'**indicateurs de durabilité et le suivi** permettront de surveiller l'impact du tourisme dans le temps.

### Encadré 4.3 : Facteurs ayant une incidence sur les politiques de développement du tourisme

Facteurs de développement stratégique :

- effet du nouveau projet sur le niveau général du tourisme dans la région et la diversité de l'offre de produits (comme évoqué dans la section précédente)
- pertinence pour les marchés cibles
- effet cumulatif des différents projets de développement dans le temps
- effet des activités associées, comme les flux de circulation
- degré de participation de la communauté locale à la détermination du niveau et de la nature du développement.

Facteurs de situation :

- mérites relatifs de la concentration du développement en un lieu ou de sa dispersion géographique, ce qui dépend de la nature de la région et des objectifs stratégiques généraux
- état de l'environnement et fragilité de certains sites ou zones, qui doit être un facteur critique pour déterminer si un développement est souhaitable, ainsi que l'échelle, la densité et la nature de ce développement
- possibilité de regrouper le développement, ce qui permet le soutien mutuel et le renforcement des chaînes d'approvisionnement
- choix de l'emplacement par rapport à la population et à l'ampleur de la pauvreté et des besoins économiques, dans les deux cas pour éviter les contraintes de fourniture de main-d'œuvre et pour générer des bénéfices
- capacité des infrastructures (transports, eau, autres services) de supporter le nouveau projet sans que ce soit au détriment de la communauté, et possibilité de soutenir la réalisation de nouvelles infrastructures le cas échéant
- attrait général de la région pour les différents marchés et implantation en tenant compte des flux de visiteurs existants et potentiels...*suite p. 72*

**Encadré 4.3 (suite)**

- accessibilité, notamment par les transports en commun.

Facteurs de performance et d'impact :

- prise en compte des problèmes d'implantation évoqués plus haut
- mise en évidence du besoin, de la demande et de la viabilité, notamment une étude de marché spécifique
- effet sur les entreprises existantes, en tenant compte de l'équilibre entre l'offre et la demande et des niveaux d'utilisation
- possibilité d'utiliser la capacité existante comme alternative, par exemple par une amélioration ou une extension des entreprises existantes
- possibilité d'utiliser des bâtiments existants ou des sites abandonnés, plutôt que des sites vierges
- propositions de remise en état de sites
- propositions pour assurer la gestion de l'environnement, réduire la consommation de ressources et la production de déchets, et prise en compte de ces aspects pour déterminer la nature et le modèle de développement
- choix judicieux de l'emplacement du nouveau projet par rapport aux communautés, aux services, aux caractéristiques du paysage, aux habitats, etc.
- projet respectueux du paysage et du style vernaculaire local
- procédés de construction limitant le plus possible les impacts négatifs et maximisant les bénéfiques, comme le recours à la main-d'œuvre et aux matériaux locaux
- bénéfiques potentiels pour la conservation du patrimoine naturel et culturel, par exemple utilisation de bâtiments historiques, etc.
- évaluation des bénéfiques économiques et sociaux résultants, en termes d'emplois créés (directs et indirects), de bénéfiques pour les autres secteurs économiques, de soutien aux services, etc.
- veiller à ce que le projet et son exploitation soient de qualité suffisante et à ce que le personnel ait la qualification et les compétences nécessaires pour créer et gérer efficacement une entreprise.

## 4.4 Influencer sur l'exploitation des entreprises touristiques

Bien que l'exploitation des entreprises touristiques relève essentiellement de la responsabilité du secteur privé, les politiques gouvernementales peuvent influencer les entreprises de diverses manières pour les encourager à adopter un mode d'exploitation durable.

### *Domaines clés pour les entreprises*

Les politiques doivent encourager, soutenir et promouvoir les initiatives des entreprises dans les domaines suivants :

- qualité et souci du client : ce sont des conditions essentielles pour la viabilité économique et la satisfaction des visiteurs
- gestion environnementale : la mise en place de systèmes de gestion environnementale plus ou moins élaborés fait partie des mesures que les entreprises peuvent prendre. Un usage équitable des ressources, par exemple de l'eau, en respectant les besoins de la communauté, doit également être considéré comme procédant d'une saine gestion de l'environnement

- gestion des ressources humaines : il est capital d'offrir des emplois équitables et de qualité. Les aspects connexes incluent notamment la possibilité d'offrir des possibilités d'emploi à la population locale, en particulier à ceux qui sont pauvres ou aux autres catégories défavorisées
- gestion de la chaîne d'approvisionnement : différents aspects de la durabilité suggèrent la nécessité que les entreprises de tourisme travaillent avec des fournisseurs qui :
  - sont implantés au niveau local, afin de favoriser l'économie locale et de réduire les distances de transport,
  - appliquent des politiques éthiques en matière d'emploi et de pratiques commerciales,
  - sont implantés dans des communautés pauvres et font travailler ou soutiennent les personnes à revenus modestes,
  - emploient des procédés de production durables, comme l'agriculture biologique, (il peut ne pas être possible de satisfaire toutes ces exigences et des choix stratégiques sont parfois nécessaires)
- relations avec la communauté locale et l'environnement : les entreprises doivent être encouragées à soutenir les efforts locaux de conservation et les causes sociales
- influence sur les clients : les entreprises peuvent avoir un impact majeur sur le comportement de leurs invités. Cette influence peut être exercée par des actions d'information, d'interprétation (par ex. par les guides) et l'offre de certaines facilités (par ex. une aide à ceux qui arrivent par les transports en commun).

### ***Créer un contexte favorable pour les entreprises durables***

Les gouvernements peuvent encourager les entreprises à être plus durables par des conseils et des aides directes ou par des politiques et initiatives créant un contexte favorable à la durabilité.

Les principales conditions de la viabilité économique sont ici particulièrement pertinentes, notamment l'accès aux marchés, la disponibilité de la main-d'œuvre, la bonne image des destinations, la sûreté et la sécurité, et l'importance critique du maintien d'un environnement attrayant pour la viabilité économique des entreprises touristique.

Mais d'autres facteurs peuvent contribuer à créer des conditions favorables aux entreprises durables, à savoir :

- la mise en place d'infrastructures appropriées
- les mécanismes facilitant la collaboration entre entreprises
- l'aide au développement de la chaîne d'approvisionnement, en améliorant les contacts et l'information, et en facilitant la création de sources d'approvisionnement locales.



### **Outils**

**La législation, la réglementation et les mécanismes d'autorisation** doivent couvrir les impacts les plus fondamentaux et les plus graves des activités touristiques, comme le bien-être des travailleurs et des visiteurs ou la prévention des dommages environnementaux. Mais on peut faire beaucoup avec des mesures volontaires, par exemple en publiant **des lignes directrices** et en encourageant **les audits et les rapports de présentation des résultats**. **La certification volontaire** constitue une méthode efficace pour identifier et, partant, stimuler l'emploi des bonnes pratiques. **Les instruments économiques** et **le marketing** peuvent aussi être une incitation, le cas échéant liée à **la certification**.

Le renforcement des capacités est important pour donner aux entreprises et aux communautés les connaissances et compétences nécessaires pour améliorer leur gestion. Dans certains endroits, la création et la gestion d'infrastructures et de services publics appropriés seront nécessaires pour permettre aux entreprises d'être plus durables. Il est également important, pour évaluer l'impact des politiques, d'obtenir régulièrement des entreprises un retour d'expérience que l'on comparera avec des indicateurs de durabilité.

#### **4.5 Influencer les visiteurs : promouvoir des modes de consommation durables**

Les activités des visiteurs et les choix qu'ils effectuent ont des répercussions sur l'ensemble du programme de durabilité. Ils ont une incidence sur les flux de revenus et leur maintien au niveau local, sur les pressions et les bénéfices tels que perçus par les communautés d'accueil et sur l'impact environnemental global et local. Cette influence s'exerce en partie directement et en partie indirectement à travers les signaux que le marché envoie aux entreprises, ce qui est peut-être à long terme le moyen le plus durable d'agir sur le comportement du secteur.

Les consommateurs peuvent être sensibilisés à tout moment à la durabilité du tourisme et des voyages à travers l'éducation, les médias, etc. On peut aussi influencer sur l'impact des voyages par la communication d'images et de messages lors du choix du voyage, pendant le voyage, sur la destination ou après.

Les gouvernements peuvent influencer directement les visiteurs de nombreuses façons, notamment par des campagnes marketing et des actions d'information, et indirectement par l'effet de leurs politiques sur le marché des voyages.

Les modes de consommation durables dans le tourisme peuvent être encouragés en influençant les choix de voyage, les flux de visiteurs et le comportement des visiteurs. Des choix politiques doivent être faits concernant les niveaux et les types d'activités qui doivent être encouragés ou découragés dans l'intérêt de la durabilité ; il faut aussi prendre des mesures pour influencer les choix et les comportements des visiteurs dans ce sens.

##### ***Influencer les choix de voyages et les flux de visiteurs***

Influencer les choix de voyages et les flux de visiteurs revient à influencer la nature des voyages choisis. Les principaux facteurs de viabilité dans ce domaine sont :

- le choix de la période de voyage : comme nous l'avons déjà indiqué, les voyages hors saison sont souvent plus durables ;
- les endroits visités : des décisions stratégiques doivent être prises concernant le niveau de fréquentation à encourager dans différents endroits. Par exemple, il peut être intéressant d'encourager les visites d'espaces protégés en raison des revenus qu'elles procurent pour la conservation ; mais il peut aussi être nécessaire de les décourager à cause de la fragilité écologique de l'espace concerné ;
- les moyens de transport utilisés : l'impact environnemental nettement plus important des voyages en voiture particulière ou en avion par rapport aux autres moyens de transport a déjà été mentionné ;

- les entreprises et les opérateurs choisis : encourager les visiteurs à choisir des opérateurs qui appliquent les principes de durabilité rendra la consommation plus durable ;
- la taille des groupes : dans certains endroits, l'arrivée en même temps d'un grand nombre de personnes peut être plus perturbante pour l'environnement et les communautés ;
- la durée du séjour : en général, les séjours longs apportent plus d'avantages aux communautés d'accueil et sont plus durables que les séjours courts.

### ***Influencer les comportements et le degré de sensibilisation des visiteurs***

Les visiteurs doivent être encouragés à :

- respecter les communautés d'accueil et éviter tout comportement perturbateur ;
- se renseigner sur le patrimoine naturel et historique et la culture de la région ;
- acheter des produits locaux ;
- limiter leur impact personnel sur l'environnement, par ex. consommer l'eau et l'énergie avec parcimonie, recycler leurs déchets et ne pas abandonner d'ordures ;
- adopter de bonnes pratiques pour leurs activités de plein air, notamment pour l'observation de la faune sauvage ;
- soutenir les initiatives de conservation et les projets sociaux, financièrement ou par d'autres moyens.



### **Outils**

Les messages diffusés lors de **campagnes marketing ou d'information** sont le principal moyen d'influencer les flux et le comportement des visiteurs. Ils peuvent être étayés le cas échéant par la publication de **lignes directrices et de codes de conduite**. Dans certains cas, il peut être nécessaire de recourir à la réglementation pour agir sur les flux de visiteurs et les comportements, par exemple quand l'accès à un lieu doit être limité ou des activités préjudiciables empêchées. **La certification volontaire** est très utile pour permettre aux touristes de choisir des produits et entreprises plus durables. **Les instruments économiques** (par ex. la tarification) peuvent influencer les comportements et être utilisés pour obtenir le soutien des visiteurs. La mise en place et la gestion d'**infrastructures** appropriées, comme les transports en commun, constitue un outil de base important. Une gestion saine suppose des processus permettant de contrôler les flux de visiteurs et de recueillir leur avis, lequel sera évalué par rapport aux **indicateurs de durabilité**.

# 4



---

# *Instruments pour un tourisme plus durable*

---

# 5

Ce chapitre présente treize instruments que les gouvernements peuvent utiliser pour agir sur la durabilité du tourisme. Si chaque instrument a un rôle majeur à jouer, il est important de comprendre qu'ils ne s'excluent pas mutuellement et de les considérer comme un ensemble complet d'outils qui sont à la disposition des gouvernements. C'est ce que montrent l'expérience et les études de cas rassemblées dans ce guide qui présentent des exemples de gouvernements utilisant diverses combinaisons d'outils qui se complètent et se renforcent mutuellement. Par souci de clarté, on trouvera dans les pages qui suivent ces outils regroupés en fonction de leur finalité première, à savoir :

- **les instruments de mesure** : ils servent à déterminer les niveaux de tourisme et d'impact, et à connaître les évolutions effectives ou potentielles ;
  - **les instruments de contrainte** : ils permettent aux gouvernements d'exercer un contrôle strict sur certains aspects du développement et du fonctionnement du tourisme, en s'appuyant sur la législation ;
  - **les instruments économiques** : ils influencent les comportements et les impacts par des moyens financiers et envoient des signaux par l'intermédiaire du marché ;
  - **les instruments volontaires** : ils fournissent un cadre ou des processus qui encouragent l'adhésion volontaire des acteurs aux approches et pratiques durables ;
  - **les instruments de soutien** : ils permettent aux gouvernements d'influencer et de soutenir, directement et indirectement, les efforts des entreprises et des touristes pour rendre leurs activités plus durables.
-

## 5.1 Instruments de mesure

### 5.1.1 Indicateurs et suivi de la durabilité

Toute tentative pour progresser sur la voie de la durabilité risque d'être vaine sans moyen objectif pour évaluer si les principes qui sous-tendent la démarche sont respectés ou pour mesurer les progrès accomplis. La définition et l'utilisation d'indicateurs de durabilité sont par conséquent un élément central du processus de planification et de gestion. Des études ont été réalisées sur le sujet ces 10 dernières années par l'OMT et ont débouché sur la publication d'un guide très complet<sup>1</sup>.

#### *Pourquoi les indicateurs sont importants*

Les indicateurs permettent de suivre l'évolution de la situation de façon constante et cohérente. Ils peuvent aider à clarifier les objectifs et, surtout, les forcer à être plus précis. Ils peuvent être très utiles pour encourager une plus grande responsabilisation et pour susciter une prise de conscience et un soutien plus importants aux initiatives engagées. Les indicateurs peuvent être utilisés pour montrer :

- la situation actuelle du secteur (par ex. taux d'occupation, satisfaction des touristes) ;
- les contraintes sur le système (par ex. pénuries d'eau, niveau de criminalité) ;
- l'impact du tourisme (par ex. modifications de niveaux de revenus des communautés, taux de déforestation) ;
- les efforts de gestion (par ex. financement d'opérations de dépollution des côtes) ;
- l'effet de la gestion (par ex. modification des niveaux de pollution, nombre de touristes qui reviennent).

Les indicateurs permettent d'alerter de manière anticipée lorsqu'un changement de politique ou une nouvelle initiative est nécessaire et servent de base pour la planification à long terme et l'analyse du tourisme.



*Au Mexique, un ensemble d'indicateurs approuvés au niveau national a été appliqué dans plusieurs destinations locales. Les mesures initiales effectuées grâce à ces indicateurs ont servi de base pour évaluer les points forts et les faiblesses et pour déterminer les priorités de l'action locale. Les mêmes indicateurs ayant été utilisés pour les différentes destinations, il a été possible de procéder à des comparaisons (voir les Études de cas, p. 165).*

#### **Encadré 5.1 : Les indicateurs et objectifs de durabilité comme guides pour élaborer une stratégie**

A Lanzarote, dans les îles Canaries (Espagne), de nombreux indicateurs ont été employés pour soutenir la planification dans le cadre de la Stratégie en faveur de la biosphère de Lanzarote qui couvre le tourisme ainsi que des questions plus générales de développement durable. Six facteurs clés ont été identifiés, à savoir économie et tourisme, écologie terrestre et marine, secteurs environnementaux principaux, évolution démographique, développement urbain et identité culturelle. Après consultation et discussion, des indicateurs ont été choisis pour chaque aspect et un observatoire du développement durable des îles a été créé pour suivre l'évolution de la situation dans le temps.

La stratégie, élaborée en 1997, donnait des valeurs de référence pour chaque indicateur et des objectifs pour 2007. Ces données ont été très utiles pour suivre l'évolution de la situation et mettre en œuvre un système de gestion du tourisme guidé par la stratégie. Les indicateurs ont été révisés en 2003 et complétés par d'autres pour tenir compte de l'évolution des besoins des îles.

### ***Utilisation d'indicateurs pour la formulation des politiques et la planification***

Les indicateurs de durabilité doivent être définis dès les premières étapes de la formulation de la stratégie touristique d'une destination donnée. Ils peuvent être utilisés pour :

- faire une évaluation initiale de la situation et des besoins,
- fixer les objectifs des politiques et actions,
- évaluer les actions,
- évaluer, revoir et modifier les politiques.

Le choix des indicateurs de durabilité peut s'appuyer sur le processus consultatif et participatif. Cela peut être précieux pour aider les acteurs concernés à se concentrer sur les questions et les priorités de la durabilité de manière concrète. L'encadré 5.1 donne un exemple d'utilisation d'indicateurs décrit plus en détails dans le guide de l'OMT sur les indicateurs, cité dans la Note 1.

Les indicateurs doivent être liés aux problèmes identifiés comme prioritaires dans la destination. Il est normal qu'un nombre important d'indicateurs possibles soit identifié au départ ; le choix sera ensuite affiné en fonction de leur pertinence et de la commodité de leur emploi.

Les indicateurs peuvent être un outil extrêmement efficace et flexible non seulement pour la planification et l'élaboration de la politique touristique, mais aussi pour la gestion durable d'une destination, y compris pour des aspects tels que la maîtrise du développement. Le contrôle régulier de l'évolution de la situation environnementale ou sociale à l'aide d'indicateurs permet une gestion adaptative plus flexible que le recours massif à la réglementation. Ce recours à des indicateurs peut être décidé par les autorités locales ou imposé par elles aux aménageurs. L'encadré 5.15 (page 101) présente un exemple concret d'utilisation d'indicateurs pour maîtriser le développement.

*A Calvià, 750 indicateurs ont été au départ définis par les experts. Après de nouvelles consultations et plus ample examen, ils ont été ramenés à un nombre plus facile à gérer (voir les Études de cas, p. 179).*



### ***Critères pour choisir et revoir les indicateurs***

Cinq critères ont été identifiés pour le choix des indicateurs :

- Pertinence de l'indicateur pour l'aspect sélectionné
- Faisabilité de l'obtention et de l'analyse des informations requises
- Crédibilité des informations et fiabilité pour les utilisateurs
- Clarté et facilité de compréhension par les utilisateurs
- Comparabilité dans le temps et entre régions.

Une révision régulière des indicateurs est nécessaire pour savoir si les informations ont des effets réels, déterminer si les problèmes ont changé, étudier toute question concrète liée à la facilité d'utilisation de certains indicateurs et savoir si de nouvelles sources de données permettraient d'employer d'autres indicateurs.

L'étude de l'OMT recense plusieurs centaines d'indicateurs qui peuvent être utilisés par les destinations. Elle insiste sur le fait qu'il ne s'agit pas de les utiliser tous en même temps. Le choix des indicateurs doit dépendre des aspects déterminés au niveau local comme étant prioritaires. Mais 29 « indicateurs de base » correspondant à 12 aspects fondamentaux du tourisme durable sont recommandés (voir l'annexe 1).

### *Suivre l'évolution de la durabilité*

Pour suivre l'évolution de la durabilité, il faut prendre des mesures de la situation environnementale, sociale et économique à l'aide des indicateurs choisis. Le fait de s'appuyer sur un ensemble de résultats permet de dégager des tendances, de détecter et si possible d'anticiper les changements et de suivre les progrès. Pour être efficace, le suivi doit être régulier et respecter un protocole bien défini.

Les gouvernements sont souvent bien placés pour montrer l'exemple dans ce domaine. Certains pays et destinations ont créé des observatoires du tourisme pour surveiller le volume et l'impact du tourisme. Il peut être utile d'associer de nombreux acteurs au recueil des données nécessaires pour le suivi ; cela peut aussi être un moyen de les impliquer dans le processus de gestion de la durabilité (voir l'encadré 5.2). Ces acteurs peuvent être des prestataires de services touristiques, voire des visiteurs.

Un moyen de contrôler la durabilité du tourisme est d'effectuer des mesures spécifiques (essentiellement de manière quantitative) :

- des niveaux de tourisme : tant du côté de l'offre (par ex. par des audits des moyens d'hébergement) que de la demande (par ex. nombre d'admissions sur les sites clés ou nuitées enregistrées) ;
- de l'état de l'environnement et de la société : il peut soit être le résultat du tourisme, soit avoir des répercussions sur ses performances ; parmi les exemples figurent le niveau d'emploi, le niveau de criminalité, la qualité de l'air et de l'eau et des comptes spéciaux dans les environnements fragiles ou très fréquentés.

Une autre forme de contrôle consiste à se tenir au courant des activités, besoins et avis des principaux groupes d'acteurs, notamment :

- les visiteurs : par des enquêtes sur place, des groupes de pression et l'avis des hôtes, etc., pour vérifier les profils et les niveaux de satisfaction ;
- les entreprises : par des enquêtes, des réunions, etc., pour vérifier leurs performances économiques et environnementales, leurs perceptions et leurs besoins ;
- la communauté locale : par des enquêtes auprès des ménages, des groupes de

#### **Encadré 5.2 : Associer les utilisateurs à la collecte de données**

En Argentine, le parc national de l'Iguazu a diversifié sa base économique, notamment en développant l'écotourisme. Pour faciliter sa conservation et planifier la composante interprétative de l'offre touristique, le parc avait besoin de davantage d'informations sur la localisation et la visibilité de différentes espèces animales. Il a décidé d'associer les guides locaux et les touristes à sa démarche. Une procédure de consignation des observations a été mise en place avec une formation appropriée.

Bien que non rigoureuse sur le plan scientifique, cette démarche a permis de dresser un tableau des déplacements de la faune sauvage et de la perception des visiteurs sur une certaine durée. La participation des guides locaux a permis d'accroître les connaissances et de mieux apprécier la valeur et l'importance écologiques et économiques de la faune. Elle a également conféré une valeur ajoutée aux prestations offertes aux visiteurs.

pression, etc., pour vérifier les attitudes à l'égard du tourisme et les inquiétudes suscitées par son impact.

Certaines formes de contrôle, comme la mesure des impacts environnementaux, peuvent exiger un savoir-faire particulier. Des conseils et une formation adéquats pourront dans ce cas être utiles.

### **Comparaisons**

L'une des applications intéressantes des indicateurs et du suivi qui y est associé est la comparaison des performances de durabilité de plusieurs destinations comparables. Cela permet de mettre en évidence les points de relative faiblesse auxquels peuvent alors être éventuellement accordés la priorité. Cet exercice de comparaison exige la coopération des destinations pour utiliser des indicateurs et des processus de suivi similaires.

Les gouvernements sont bien placés pour faciliter les comparaisons au niveau international ou national. Les comparaisons internationales peuvent être effectuées entre pays ou entre types de destination comparables de plusieurs pays.

Au niveau national, les comparaisons peuvent être effectuées entre plusieurs destinations du pays, éventuellement avec la coordination d'administrations nationales travaillant avec un groupe de collectivités locales.

#### **5.1.2 Définir les limites du tourisme**

L'un des principes du développement durable du tourisme est la capacité de reconnaître et d'accepter qu'il existe des limites au développement du tourisme et aux flux de visiteurs admissibles.

##### **Pourquoi il est important de définir des limites**

Il a été largement démontré que c'est souvent quand le volume de touristes ou l'ampleur du développement du tourisme dépasse la capacité de la destination d'accueil que le tourisme est associé à des impacts négatifs sur l'environnement ou la société.

Il est important de définir les limites du développement du tourisme pour aider à la planification et à la formulation de la politique, et de faire respecter ces limites par des actions de contrôle sur le terrain.

##### **Le concept de capacité de charge**

Le concept de capacité de charge en matière de tourisme fait l'objet de nombreux discussions et débats abstraits depuis des années. Il fait généralement référence au nombre de touristes qu'un endroit peut accueillir sans porter préjudice à l'environnement ou à la population d'accueil, ni diminuer la satisfaction des touristes. Différents types de capacité limite ont été répertoriés, notamment :

- la capacité écologique : basée sur des facteurs biologiques et physiques comme la capacité de certaines espèces à résister aux perturbations ;
- la capacité socioculturelle : qui fait référence aux impacts inacceptables sur la

*En Égypte, une Unité de surveillance de l'environnement a été créée au sein de la Direction du développement du tourisme et un manuel d'utilisation contenant des conseils pour la surveillance des récifs coralliens et autres ressources naturelles a été produit (voir les Études de cas, p. 156).*



*Kaikoura, en Nouvelle-Zélande, est un exemple de comparaison d'une destination par rapport à des normes internationales dans le cadre du système mondial Green Globe 21 (voir les Études de cas, p. 169).*



*Au Mexique, l'utilisation d'un ensemble standard d'indicateurs de durabilité dans un grand nombre de destinations locales, dans le cadre de l'initiative Agenda 21 pour le tourisme coordonnée par le gouvernement, a créé des conditions qui permettent les comparaisons (voir les Études de cas, p. 165).*



communauté locale ou aux limites imposées par la disponibilité des ressources humaines ;

- la capacité psychologique : le niveau d'affluence que les touristes perçoivent comme acceptable sans diminuer le plaisir qu'ils éprouvent. Elle varie selon le type de touristes et le type d'activité ou d'utilisation ;
- la capacité des infrastructures : par ex. le nombre de chambres ou la capacité des réseaux de transport ou d'approvisionnement en eau. C'est peut-être l'élément le plus facile à changer à moyen ou long terme ;
- la capacité de gestion : le nombre de touristes qui peuvent être de façon réaliste gérés dans une région sans créer de problèmes économiques ou administratifs.

### ***Une approche réaliste de l'évaluation de la capacité limite***

L'application au tourisme du concept de capacité limite suscite de nombreuses critiques. Beaucoup estiment qu'il est dans certains cas vain, voire ambigu, de fixer une limite de capacité précise au nombre de touristes. Les différents facteurs qui influent sur la capacité et les impacts sont nombreux et complexes, les concepts sont très subjectifs, les conditions changent avec le temps et il n'y a pas de moyen clair d'aboutir à un chiffre.

D'un autre côté, il y a de nombreux cas où il peut être très utile, voire nécessaire, de fixer un niveau maximal ou optimal d'utilisation ou de développement. Ces chiffres peuvent par exemple servir de base à des mesures de régulation ou autre moyen de contrôler les flux de visiteurs dans les endroits saturés, ou guider les décisions de planification concernant le nombre d'unités d'hébergement acceptables dans une région donnée. Plutôt que de rejeter l'idée d'une quantification à cause des défauts invoqués ci-dessus, on adoptera une approche réaliste, à savoir :

- reconnaître la subjectivité inévitable de toute évaluation et donc choisir des approches relativement simples pour estimer certaines limites sensibles en se basant sur les différents types de capacités susmentionnés. Les estimations peuvent être effectuées par une observation attentive des sites, des enquêtes, une consultation, etc. ;
- utiliser ces estimations pour nourrir les débats et les échanges ;
- éviter d'appliquer les mesures valables pour une région à d'autres régions qui ne sont pas forcément comparables ;
- indiquer des fourchettes plutôt que des chiffres précis ;
- être souple par rapport à la limite de capacité et être prêt à procéder à des ajustements à la lumière de l'expérience.

Il faut également reconnaître que le concept global de capacité limite est important et qu'il peut faire l'objet d'une étude utile pour guider les politiques, même si une limite de capacité quantifiée n'est pas vraiment définie. Les études de capacité limite qui se sont intéressées de près aux questions de capacité économique, sociale et environnementale, se sont avérées très utiles dans plusieurs pays (voir l'encadré 5.3), même si elles n'ont parfois pas été traduites aussi clairement qu'on l'aurait voulu dans les politiques et plans élaborés par la suite.

### ***Limites de modification acceptable***

Les problèmes posés par la quantification de la capacité limite ont conduit à utiliser d'autres approches pour déterminer les limites du tourisme. Le concept de limites de modification acceptable reconnaît que c'est le niveau d'impact (ou de modification)

indésirable qui est le problème, plutôt que la quantité d'activité en soi et que les limites doivent par conséquent être décrites en termes d'impact. Cela nécessite :

- de déterminer les impacts qui nécessitent une limitation du développement ou de l'utilisation ;
- de définir des indicateurs utilisables pour ces impacts (voir le paragraphe 5.1.1) ;
- de fixer pour ces indicateurs une fourchette de valeurs considérées comme acceptables ou inacceptables (en se basant sur les témoignages d'experts, des consultations, etc.) ;

### Encadré 5.3 : La capacité limite du tourisme à Malte

A Malte, petit État insulaire de 380 000 habitants, le tourisme représente une part importante de l'emploi et du produit national brut. A la fin des années 1990, le gouvernement a pris conscience qu'un développement incontrôlé du tourisme pouvait faire chuter la qualité offerte et créer une spirale de dégradation. Il a donc commandé une étude de capacité limite du tourisme.

Pendant les deux années de consultation et de collecte de données détaillées, des enquêtes ont été menées auprès de visiteurs et de résidents, des études aériennes des plages ont été effectuées et les données existantes sur l'état de l'environnement et la contribution économique du tourisme ont été analysées. Un groupe d'étude a été formé, composé de représentants de diverses parties intéressées. Ils ont analysé les scénarios possibles de développement futur : développement libre, développement intensif planifié, tourisme de luxe restreint ou pas de tourisme. Ils se sont mis d'accord pour une approche de développement durable : le maintien d'un niveau important de tourisme mais à l'intérieur de certaines limites reconnues.

Plusieurs facteurs ont été analysés afin de dégager les plus critiques pour les futurs taux de croissance. Il s'agit de : la nécessité de maintenir le tourisme comme source cruciale de recettes en devises ; la nécessité d'éviter l'offre excessive d'hébergements qui se traduit par de mauvaises performances et une mauvaise qualité ; la saturation en été qui diminue la satisfaction des visiteurs et la tolérance de la société ; la rareté des ressources foncières ; et la consommation d'énergie.

Il a été reconnu que pour déterminer la capacité limite il fallait un point de départ quantifiable. On a choisi la capacité hôtelière. Il a été calculé qu'il fallait la maintenir au niveau actuel (41 000 lits) pour obtenir des taux d'occupation viables, plutôt que d'opter pour la forte augmentation envisagée. En même temps, un ensemble de politiques acceptées par tous a été mis en place pour améliorer les bénéfices du tourisme à l'intérieur de ces limites, notamment l'augmentation des dépenses par tête, la valorisation du hors saison et la promotion de l'efficacité énergétique. Cette stratégie impliquait des incidences sur le choix des marchés à cibler et sur l'amélioration de la qualité de l'offre.

L'évaluation de la capacité limite et l'orientation politique claire qui en a découlé est resté la clef de voûte de la stratégie touristique de Malte ; elle sert désormais de justification à l'utilisation des fonds structurels européens pour améliorer qualitativement, plutôt que quantitativement, les infrastructures touristiques, ainsi que la conservation et l'interprétation du patrimoine de l'île.

- de mettre en place un système de suivi pour vérifier que les performances restent à l'intérieur de la fourchette acceptable ;
- de prendre des mesures de gestion pour ajuster les niveaux d'utilisation si les limites sont dépassées.

Le concept de limites de modification acceptable a l'avantage d'être souple et basé sur une évaluation réelle des impacts. Il peut cependant se révéler difficile de rectifier le tir par des ajustements une fois que les problèmes sont là.

## 5.2 Instruments de commande et de contrôle

### 5.2.1 Législation, règlements et procédures d'autorisation

La législation, la réglementation et les procédures d'autorisation sont des outils interdépendants qui peuvent être utilisés pour renforcer la durabilité en instituant des dispositions obligatoires et exécutoires, avec application de sanctions et pénalités en cas de non-respect. La législation confère le pouvoir de faire respecter les dispositions qui sont définies et explicitées par des règlements. Les procédures d'autorisation sont un moyen de contrôler et de marquer la conformité à des règlements ou à d'autres formes de normes obligatoires, et d'accorder le droit d'exploitation.

Les gouvernements sont bien placés pour faire appliquer les lois, les règlements et les pénalités, ceci en vue d'exercer un contrôle sur certains aspects du développement et de l'exploitation des entreprises et d'influencer les comportements des gens. Ce contrôle peut concerner l'ensemble du secteur d'activité et de la population ou être plus ciblé.

La législation et les règlements doivent être employés quand les gouvernements le jugent nécessaire. Mais pour être efficaces, les règlements doivent être pertinents, clairs, applicables, c'est-à-dire pratiques à respecter et à faire respecter. Une approche judicieuse consiste à :

- mettre en place une législation qui favorise et soutient la durabilité du tourisme et donne le pouvoir d'agir ;
- adopter des règlements clairs et applicables, soutenus par une procédure d'autorisation le cas échéant, lorsqu'il est nécessaire de garantir des normes minimales dans des domaines importants ;
- s'efforcer d'améliorer les performances de durabilité au-delà de ces normes par d'autres moyens qui stimule également la volonté individuelle de s'améliorer constamment.

#### ***Dans quels cas des contrôles obligatoires peuvent-ils être nécessaires pour garantir la durabilité du tourisme ?***

Il y a plusieurs aspects du développement, de l'exploitation et de la gestion du tourisme qui doivent être encadrés par la législation et les règlements afin de protéger l'environnement, les communautés, les visiteurs et le fonctionnement du secteur. Ce sont notamment :

- la localisation et la nature du développement, couvertes par les règlements relatifs à la planification et à l'aménagement du territoire ;
- les droits et les conditions de travail des travailleurs ;
- la santé et la sécurité des visiteurs, comme l'hygiène alimentaire et les risques



- d'incendie et d'accident ;
- les pratiques commerciales et la capacité de faire du commerce ;
- les dommages environnementaux graves (par ex. provoqués par des rejets dans l'air et dans l'eau) ;
- les nuisances fondamentales pour les communautés, comme le bruit excessif ;
- la consommation d'eau et d'autres ressources rares ;
- les comportements répréhensibles et l'exploitation de la population locale par les visiteurs et inversement (par ex. la prostitution des enfants) ;
- le droit d'accès aux services, à la terre, etc.

Tous ces aspects ont un caractère universel et doivent par conséquent être couverts dans chaque pays par un cadre juridique élémentaire applicable à tous les types de tourisme en tout lieu. Il peut y avoir des cas où il faut le compléter par des règlements concernant spécifiquement certaines activités ou certains lieux. Ils sont évoqués ci-après.

### ***Législation créant des conditions favorables à la durabilité du tourisme***

Il convient de revoir la législation existante et, le cas échéant, de la renforcer afin qu'elle permette non seulement un contrôle efficace du tourisme mais aussi la promotion du tourisme durable. Les points importants à aborder sont :

- le corps de lois relatif aux aspects ci-dessus. Il est important de déterminer s'il peut être intégralement appliqué au tourisme et s'il y a des lacunes à combler ;
- la base juridique pour encourager réellement un tourisme durable. Il peut s'agir notamment des pouvoirs et de l'autorité pour promouvoir le tourisme en tant qu'activité à part entière. Elle peut aussi couvrir la capacité de mettre en place des incitations et autres formes de soutien et, surtout, la liberté et la possibilité d'utiliser ces incitations pour soutenir les entreprises et les activités jugées plus durables que les autres ;
- les pouvoirs et responsabilités d'organismes particuliers, par exemple le pouvoir des services chargés des aires protégées de contrôler ou de promouvoir le tourisme ;
- la capacité de certaines parties prenantes de se lancer dans des activités de tourisme durable. Le régime foncier est un problème crucial dans de nombreux pays en développement. Une législation clarifiant ou renforçant les droits fonciers de certaines personnes ou communautés peut être très importante. Dans certains cas, on peut également y adjoindre des conditions encourageant, voire exigeant une utilisation de la terre et des ressources qui favorise un tourisme durable (voir l'encadré 5.4).

#### **Encadré 5.4 : Reconnaissance légale des droits et responsabilités**

En Namibie, la loi rectificative relative à la conservation de la nature (1996) prévoit la possibilité, pour les communautés rurales, de créer des aires de conservation. Elle confère ainsi aux communautés des droits et des responsabilités officielles par rapport à la gestion de la faune et de la flore sauvages et des ressources naturelles dans certaines zones. Elle a permis aux communautés de créer leurs propres entreprises d'écotourisme. Elle leur donne aussi le pouvoir de négocier avec des opérateurs touristiques privés des accords qui leur garantissent des avantages environnementaux et sociaux précis.

### Encadré 5.5 : Élaboration d'un projet de loi sur le tourisme pour le Vietnam

En 2003, face à l'augmentation rapide du nombre de visiteurs internationaux et nationaux et au souci de gérer durablement les ressources touristiques du pays, le gouvernement vietnamien a jugé nécessaire d'adopter une nouvelle loi sur le tourisme. Il fallait faire une place plus grande au tourisme dans tous les ministères et autres parties prenantes concernées, tout en renforçant la coordination entre eux.

Le projet de loi a été élaboré par l'Administration nationale vietnamienne du tourisme (VNAT) en collaboration avec l'OMT (qui a fourni l'expertise technique) et l'Organisation néerlandaise de développement (SNV) qui a facilité le processus et a aidé à l'inscrire dans la problématique plus large du développement durable.

Des ateliers et des voyages d'études dans diverses régions ont été organisés pour le Comité de rédaction de la loi sur le tourisme, composé de représentants de la VNAT et d'autres grands ministères. Cela a permis à ces derniers de renforcer leurs relations de travail et de rencontrer des administrations locales, des personnes participant à des initiatives de tourisme de proximité, des organismes de formation spécialisés dans les métiers du tourisme, des voyageurs et des prestataires de services touristiques. Le but était de :

- faire en sorte que la nouvelle loi reflète la réalité locale de l'offre touristique et de sa gestion ;
- recueillir des idées et des critiques éclairées ;
- éviter toute accusation de législation imposée ou mal informée ;
- augmenter les chances de mise en œuvre et d'application effectives.

Il est apparu que cette possibilité de participation avait incité tous les ministères et groupes d'acteurs à apporter une contribution extrêmement constructive.

Le nouveau projet de loi sur le tourisme soutient la durabilité à bien des égards. Par exemple, des dispositions générales et des articles spécifiques reconnaissent clairement :

- le rôle du tourisme dans la restructuration socioéconomique, la création d'emplois, la suppression de la sous-alimentation et la lutte contre la pauvreté ;
- l'importance des communautés locales en tant que bénéficiaires et acteurs ;
- la responsabilité de tous les acteurs, notamment des communautés locales et des comités de citoyens, dans la protection de l'environnement et des paysages des sites touristiques ;
- les obligations spécifiques incombant aux entreprises touristiques en matière de bonne gestion des ressources du tourisme, notamment celle de faciliter la recherche et la conservation ;
- le rôle de l'État dans la mise à disposition d'incitations à l'investissement pour développer le tourisme dans les régions défavorisées, et pour la restauration des sites naturels et culturels et dans l'organisation de festivals et d'activités artisanales traditionnelles.

Les dispositions législatives qui peuvent avoir un rapport avec la durabilité du tourisme sont multiples ; il serait impossible et inutile de toutes les regrouper en une seule loi. Par ailleurs, les lois régissant des aspects particuliers (par ex. l'emploi) doivent être rattachées aux organismes qui sont les mieux à même de les faire appliquer, au lieu de les répartir en fonction des secteurs d'activité. Ce qu'il faut, c'est une loi nationale régissant le tourisme, coordonnée avec d'autres lois couvrant les exigences ci-dessus.

### ***Traduire l'exigence de durabilité dans la législation nationale sur le tourisme***

Les lois nationales sur le tourisme définissent les responsabilités des gouvernements et de leurs administrations en matière de tourisme. Elles servent de base constitutionnelle à la politique touristique à long terme et sont mieux protégées des influences politiques à court terme que les stratégies touristiques non obligatoires. En décrivant le tourisme et les objectifs de l'intervention de l'État dans le secteur, les lois peuvent contribuer à renforcer la durabilité. Les principes du tourisme durable peuvent être énoncés dans le préambule des nouvelles lois sur le tourisme et trouver leur expression dans l'équilibre et la formulation des différents articles, par exemple en mettant l'accent sur le soutien aux communautés, la protection des ressources naturelles, etc.

Les lois sur le tourisme peuvent aussi servir de point de départ pour instaurer un régime de contrôle et d'autorisation pour certaines activités spécifiques au tourisme (comme l'hôtellerie) et pour prendre certaines initiatives visant à soutenir le développement du tourisme (par ex. la fourniture d'une aide financière) (voir l'encadré 5.5).

### ***Harmoniser et synchroniser la législation***

En principe, les règles nécessaires pour contrôler les impacts du tourisme sont énoncées dans les lois régissant des domaines spécifiques (par ex. législation sur la gestion environnementale ou l'emploi) plutôt que dans la loi sur le tourisme. Il est cependant nécessaire d'établir des liens entre ces autres domaines et les législations relatives au tourisme.

Un processus d'harmonisation et de synchronisation peut se révéler fructueux. Il devra :

- couvrir les différentes manières dont les exigences des diverses législations sont ou devraient être liées à celles relatives au tourisme ;
- identifier les autres lois contenant des dispositions sur la durabilité du tourisme ;
- chercher à minimiser tout conflit entre différents domaines d'application de la législation ;
- veiller à ne pas créer la confusion par une multiplication inutile des pouvoirs et des responsabilités entre plusieurs organismes ;
- réunir des informations sur toutes les lois pertinentes afin de les communiquer de façon claire au secteur du tourisme et aux autres acteurs concernées (voir ci-dessous).

### ***Application de règlements spécifiques***

En dehors des aspects fondamentaux de la durabilité du tourisme énoncés plus haut qui exigent l'application de lois et de règlements à toutes les formes de tourisme pratiquées dans un pays, il peut être nécessaire d'appliquer des règlements spécifiques pour certaines formes de tourisme ou dans certaines circonstances, à savoir :



*A Calvià, des règlements concernant*

*l'ancrage et le mouillage des bateaux ont été promulgués pour limiter les dégâts provoqués par l'ancrage et réduire l'encombrement du port (voir les Études de cas, p. 179).*

- les environnements particulièrement fragiles (par ex. les aires protégées ou des types particuliers d'écosystèmes comme les récifs coralliens) ;
- les communautés particulièrement fragiles (par ex. certaines communautés autochtones) ;
- des types particuliers d'activité, par exemple, certains sports de plein air comme la plongée qui peuvent être potentiellement dangereux pour ceux qui les pratiquent et/ou préjudiciables à l'environnement.

Des règlements peuvent également être nécessaires pour limiter en nombre et en fréquence certaines activités qui, par leur concentration dans l'espace et le temps, peuvent avoir un impact majeur sur les communautés. L'arrivée des bateaux de croisière en est un exemple. Les règlements, qui peuvent couvrir de nombreux aspects, concernent en général :



*Au Ghana, de simples règlements ont*

*été adoptés pour limiter l'accès et les activités sur les sites du patrimoine qui servent de pôles de tourisme local (voir les études de cas, p 161).*

- l'accès à certaines zones ;
- la fréquence et la durée d'utilisation touristique ;
- la qualification des opérateurs ;
- les normes de sécurité des équipements et installations (valables, par exemple, pour le tourisme d'activités) ;
- certaines activités fortement préjudiciables qui doivent être contrôlées.

Dans certains cas, il est également possible de contrôler la situation par des codes ou directives volontaires (voir la section 5.4). Dans d'autres, il peut être utile de publier des directives, mais en les étayant par des règlements.

### **Procédures d'autorisation**

Des procédures d'autorisation visant les entreprises touristiques peuvent être utilisées pour :

- indiquer le respect des lois fondamentales sur des questions comme l'emploi et la protection de l'environnement ;
- indiquer le respect d'autres règlements plus spécifiques comme ceux cités plus haut ;
- faire respecter des normes plus rigoureuses que les exigences légales minimales ;
- contrôler le nombre d'opérateurs dans un lieu donné.



*En Australie, les entreprises touristiques*

*doivent obtenir un permis pour mener des activités dans les aires protégées. Cela permet de convenir avec elles des conditions d'exercice de ces activités ; d'autres outils, comme des directives et un système de certification, sont en outre liés à cette obligation d'autorisation afin de rendre les activités encore plus durables (voir les Études de cas, p. 140).*

Les procédures d'autorisation sont utilisées dans de nombreux endroits du monde pour contrôler l'activité et faire respecter des normes dans divers domaines (hébergement, visites guidées et commerce de rue informel). Quelques exigences simples de durabilité peuvent être ajoutées aux conditions à remplir pour obtenir l'autorisation, mais, au-delà d'un certain niveau, les démarches volontaires donneront probablement de meilleurs résultats.

La délivrance de permis pour mener des activités dans certains endroits, par exemple les aires protégées, est un exemple de procédure d'autorisation. Elle s'est avérée très utile pour renforcer la durabilité, sachant que des conditions sévères, imposées dans un contexte local donné, peuvent ne pas être valables dans d'autres situations où une procédure plus générale d'autorisation conviendrait mieux.

### **Renforcer le respect des règles**

Le recours à la législation et aux règlements pour améliorer la durabilité se heurte à un problème majeur : la difficulté de les faire appliquer et de décourager les contrevenants.

### Encadré 5.6 : Simplifier les inspections et clarifier les règles

En Angleterre, les autorités chargées du tourisme ont pris plusieurs mesures pour lutter contre le non-respect des règlements dans le secteur hôtelier et pour rendre les prescriptions légales plus faciles à comprendre par les professionnels.

L'initiative « Fitness for Purpose » a consisté à effectuer un contrôle systématique des établissements hôteliers dans six régions pilotes pour vérifier s'ils respectaient la législation relative à l'hygiène alimentaire, à l'hygiène et à la sécurité, à la sécurité incendie et aux pratiques commerciales. Une réflexion a été engagée sur les moyens de coordonner les inspections pour les rendre plus efficaces, à la fois pour le secteur du tourisme et pour les organismes chargés de faire respecter la loi.

Les autorités chargées du tourisme ont produit une brochure intitulée *Pink Booklet* qui est en fait un guide pratique de la législation à l'intention des prestataires de services hôteliers. Cette brochure présente la législation dans différents domaines et explique en termes simples les cas dans lesquels elle s'applique, quelles mesures sont nécessaires pour s'y conformer ; elle indique également les différentes sources d'information et d'aide.

C'est un problème fondamental, tant dans les pays en développement que dans les pays développés. Il y a différents moyens d'aborder le problème :

- lier les règlements et les procédures d'autorisation et délivrer l'autorisation sous forme de badge auquel les touristes sont invités à faire attention lors de leurs choix ;
- stimuler le pouvoir d'entraînement des opérateurs entre eux ;
- fixer des objectifs de mise en œuvre et demander aux opérateurs de rendre compte de leurs résultats ;
- rationaliser les programmes d'inspection afin qu'un même inspecteur puisse contrôler différentes obligations légales ;
- fournir aux opérateurs des informations simples sur les règlements qu'ils doivent respecter et ce que cela implique concrètement.

L'encadré 5.6 présente les deux dernières approches utilisées en Angleterre pour les services hôteliers.

#### 5.2.2 Aménagement du territoire et contrôle du développement

Ces différents outils liés entre eux peuvent être utilisés pour influencer sur le lieu d'implantation et la nature des nouvelles activités touristiques et pour empêcher tout développement potentiellement préjudiciable.

#### *Importance de l'aménagement du territoire et du contrôle du développement*

Dans un sens, ce sont ces instruments qui ont fourni aux gouvernements leurs principaux moyens d'intervention, en agissant sur la nature du développement au nom de la société.

L'aménagement du territoire et la contrôle du développement sont cruciaux pour la durabilité du tourisme : non seulement ils influencent le développement du tourisme, mais ils permettent de contrôler d'autres formes de développement qui pourraient être

*En Afrique du Sud, comme beaucoup d'entreprises de tourisme ne respectaient pas les dispositions de la Loi sur l'autonomisation économique des populations noires, le gouvernement leur a fixé des objectifs (voir les Études de cas, p. 174)*



préjudiciables à la viabilité économique du tourisme à court ou long terme. Quand les plans d'aménagement du territoire locaux sont arrêtés ou, plus spécifiquement, quand les décisions d'approuver ou de refuser des projets controversés (usine, mine ou exploitation forestière, par exemple) sont prises, des arguments économiques relatifs au tourisme peuvent être avancés pour plaider en faveur de la conservation de l'environnement.

L'efficacité potentielle de ces outils et la façon dont ils peuvent être employés varient d'un pays à l'autre, selon la nature et la fonctionnalité du système d'aménagement du territoire en place. Elle est liée en partie au contexte politique, au cadre législatif, au niveau de corruption et à l'efficacité de l'administration. La nature de la propriété foncière est également un aspect critique. Dans certains pays où la majeure partie des terres appartient à l'État, le contrôle du développement peut être facilité par la délivrance de baux, de permis et d'autorisations. Mais les principes fondamentaux qui régissent l'aménagement durable du territoire à des fins touristiques restent valables.

Le champ d'application de l'aménagement du territoire est également très important. Dans certains pays, il est appliqué à toutes les régions. Dans d'autres, il est limité aux zones urbaines ou à certaines aires protégées. Généralement, plus le champ d'application du système d'aménagement du territoire et de contrôle du développement est grand, plus on a de chances de parvenir à un tourisme plus durable.

### ***Lier les stratégies touristiques aux plans d'urbanisme et d'aménagement de l'espace***

Autrefois, la planification du tourisme reposait généralement sur des plans directeurs quelque peu rigides et imposés d'en haut : ils indiquaient les zones et les sites dévolus aux projets touristiques, en se basant surtout sur les attributs physiques des terres et la localisation du point de vue des flux potentiels de visiteurs et de l'accessibilité. Les principes de durabilité appellent une approche plus stratégique et plus flexible qui parte de la base et prenne en compte de nombreux facteurs économiques, sociaux et environnementaux, avec consultation et participation des acteurs locaux.

L'approche préconisée pour le tourisme est en phase avec la stratégie d'aménagement intégré de l'espace au niveau régional et d'aménagement en concertation avec la population au niveau local adoptée par de nombreux pays ; le tourisme doit donc s'inscrire dans cette démarche.

La planification du tourisme doit reposer sur des stratégies touristiques utilisant des structures participatives et des processus tenant compte des intérêts de tous. L'aménagement doit également traduire dans les faits les stratégies touristiques élaborées au niveau des pays, des régions et des destinations locales et évoquées au chapitre 3. Pour cela, il existe deux processus interdépendants :

- l'aménagement national ou régional de l'espace : dans de nombreux pays et régions, il est souhaitable d'interpréter les stratégies touristiques nationales ou régionales dans une perspective spatiale. Elles peuvent prendre en compte des facteurs généraux tels que les ressources naturelles, les besoins économiques, le marché potentiel, etc. Dans certains cas, elles peuvent conduire à la définition de grands domaines de priorités pour le développement du tourisme. L'aménagement de l'espace à ce niveau doit

également établir des liens entre le tourisme et les questions associées qui ont une dimension spatiale, comme la planification des transports ;

- l'aménagement décentralisé du territoire au niveau local : les décisions concernant le niveau, le rythme, la nature et la localisation du développement du tourisme doivent s'appuyer sur des stratégies et plans locaux, avec une évaluation minutieuse des possibilités et contraintes économiques, sociales et environnementales, et la participation de toute la communauté. Ces processus doivent déterminer la politique d'aménagement du territoire.

### ***Rendre l'aménagement touristique du territoire plus durable***

La localisation du développement du tourisme doit reposer sur des choix stratégiques en harmonie avec le programme de tourisme durable et ces choix doivent être pris en compte pour envisager l'aménagement de l'espace en général et l'aménagement du territoire au niveau local pour le tourisme.

Il y a plusieurs aspects importants à ne pas perdre de vue quand on élabore ces plans, à savoir :

- une stratégie d'aménagement favorisant la durabilité. L'aménagement du territoire ne doit pas être simplement un processus de contrôle. Il peut être utilisé de façon créative pour identifier l'espace disponible et la localisation des nouveaux aménagements qui contribueront à un tourisme durable. Il peut, par exemple, encourager le regroupement d'entreprises de tourisme et d'activités connexes et le renforcement de la chaîne d'approvisionnement locale en facilitant la colocalisation ;
- la possibilité d'associer d'autres outils. Par exemple, l'aménagement de l'espace national ou régional peut conduire à l'identification, pour le développement du tourisme, de domaines prioritaires qui satisfont aux critères de durabilité. Ces domaines peuvent être ensuite utilisés pour concentrer les incitations économiques aux développements de produits touristiques durables. La réglementation ou des directives plus souples de développement peuvent aussi être associées à l'aménagement du territoire ;
- anticiper sur l'avenir. L'aménagement doit tenir compte de l'évolution prévisible de la situation et appliquer en conséquence le principe de précaution. La prise en compte des effets du changement climatique et l'adoption de mesures d'adaptation appropriées, par exemple pour l'aménagement des côtes, en est un exemple ;
- la flexibilité et les approches adaptatives. Les plans doivent également être ouverts à des changements moins prévisibles comme les événements mondiaux susceptibles de modifier la demande ou les phénomènes naturels imprévisibles. L'aménagement adaptatif peut être facilité par l'identification de limites révisables et le recours à des indicateurs, à un suivi régulier et au retour d'informations ;
- vérifier la durabilité du processus. Certaines approches systématiques employées dans les entreprises, comme les systèmes de gestion environnementale, pourraient être appliquées à l'aménagement du territoire. Le Bodensee, en Allemagne, en est un exemple (voir l'encadré 5.7, page 92).

### ***Gestion intégrée de l'espace***

Replacer l'aménagement du territoire à but touristique dans le contexte de l'aménagement plus stratégique de l'espace avec des processus participatifs au niveau local va dans le

*A Calvià, l'outil d'aménagement du territoire a été utilisé avec succès pour mettre en œuvre une stratégie de développement local durable, centrée sur le tourisme. Le résultat a été le déclassement de certains terrains destinés à la construction de nouvelles structures d'hébergement au nom de l'agrément de la population locale et les visiteurs et d'un avenir plus durable (voir les Études de cas, p. 179)*



même sens que certaines autres orientations de la planification et de la gestion durables des ressources. Il y a des sites qui, en raison de leur situation particulière, exigent une approche plus intégrée ; les régions côtières en sont l'exemple le plus connu.

La gestion intégrée des zones côtières (GIZC) est une démarche réunissant tous les acteurs de l'aménagement, de la gestion et de l'exploitation des côtes au sein d'un système qui facilite l'intégration de leurs intérêts et responsabilités. Sachant que le tourisme est souvent une activité majeure des zones côtières, il est primordial que les stratégies, politiques et plans touristiques soient intégrés dans la GIZC. Bien que cela ait un lien avec la coordination de l'ensemble des organisations, stratégies et politiques de ces espaces, c'est une question particulièrement importante par rapport à l'aménagement du territoire, compte tenu de l'impact de tout nouveau projet sur les communautés et environnements marins et côtiers<sup>2</sup>.



*L'Egypt Red Sea Initiative est un bon*

*exemple d'application du zonage basée sur la collecte de nombreuses données, l'emploi de techniques de cartographie SIG (Système d'informations géographiques) et la division d'une zone côtière en cinq types de zones selon le critère de fragilité des ressources naturelles. A ces types correspondent des modes d'utilisation allant de l'utilisation zéro (réserves au sens strict), à l'utilisation pour l'écotourisme et aux zones d'aménagement d'intensité modérée. Ce processus a permis de diminuer considérablement l'échelle des projets d'aménagement précédemment proposés pour certaines zones et d'instituer des règlements approuvés par le ministère du tourisme et celui de l'environnement (voir les Études de cas, p. 156).*

### **Zonage pour le développement du tourisme**

Une approche de l'aménagement du territoire au niveau local consiste à identifier une série de zones pour différents types et niveaux de développement du tourisme. Le zonage peut être un outil plus ou moins approprié selon la nature de la zone, le régime de propriété et les conditions d'aménagement, selon aussi que le tourisme est une activité déjà établie ou nouvelle. La communauté doit être associée à toute démarche de zonage et les problèmes auxquels elle est confrontée peuvent être déterminants pour apprécier si un zonage rigide est la bonne solution.

Le zonage doit reposer sur une évaluation très minutieuse des ressources et être rattachée aux questions stratégiques d'espace. Les zones peuvent devenir un point de référence spatial pour des politiques d'aménagement relativement précises et pour l'adoption de règlements concernant leur utilisation. Ce zonage et cette démarche de réglementation

#### **Encadré 5.7 : Aménagement écologique du territoire (ECOLUP)**

Quatre communes du lac de Constance, destination touristique très prisée située à la frontière entre l'Allemagne et l'Autriche, se sont associées pour améliorer leurs procédures d'aménagement du territoire, avec une aide financière de l'Union européenne. Elles ont utilisé le système communautaire de gestion environnementale et d'audit (EMAS) pour contrôler et évaluer les différentes composantes du processus d'aménagement du territoire. Le but était de tenir compte de façon plus rigoureuse, systématique et intégrée des conditions et besoins environnementaux.

Cet exercice a fait apparaître la nécessité :

- de tenir compte d'un plus grand nombre d'impacts environnementaux dans l'aménagement du territoire ;
- de renforcer la participation de la communauté à l'identification des problèmes environnementaux ;
- d'intégrer la gestion environnementale dans les structures administratives des municipalités ;
- de déléguer les responsabilités et les tâches à plusieurs organismes ;
- de renforcer l'utilisation d'indicateurs environnementaux et de mécanismes de contrôle.



supposent généralement l'application de concepts de capacité limite afin de déterminer le niveau de développement à ne pas dépasser.

### ***Réglementation du développement et directives d'aménagement***

Les règlements relatifs au développement adoptés par les gouvernements ou les collectivités locales peuvent être utilisés pour informer les aménageurs potentiels de ce qui est acceptable ou non avant qu'ils n'élaborent leurs programmes ou projets. Ils peuvent aussi servir pour garantir le respect de certaines règles pendant la phase de construction. Pour améliorer la durabilité, les règlements peuvent couvrir des aspects comme la densité de bâtiments, leur localisation (par ex. distance par rapport au littoral), leur hauteur, leur raccordement aux services et aux réseaux d'égouts, les matériaux employés (par ex. normes d'efficacité énergétique) et certains aspects de l'architecture (par ex. respect de l'architecture locale vernaculaire). Les questions de durabilité sociale, comme l'hygiène et la sécurité et l'hébergement du personnel, peuvent être intégrées dans les règlements relatifs au développement (voir l'encadré 5.8).

Au lieu de règlements d'application générale, les services d'aménagement peuvent publier des directives d'aménagement ou de développement plus spécifiques pour un site donné auxquelles tout aménageur potentiel devra se conformer. Elles peuvent avoir un double objectif : augmenter les chances que le site soit utilisé pour développer le tourisme et obliger les aménageurs à respecter un style et une architecture bien déterminés. Ce type d'outil permet de donner des instructions plus détaillées pour garantir la durabilité du projet.

Certains gouvernements ou collectivités locales ont rédigé des directives concernant l'architecture de types particuliers d'infrastructures touristiques. Si elles sont souvent moins rigoureuses que des règlements, elles sont néanmoins suivies par les entreprises car elles facilitent l'obtention du permis de construire.

#### **Encadré 5.8: Réglementation du développement aux Maldives**

En raison de la taille modeste et de l'environnement fragile des Maldives, tout développement du tourisme dans ce pays doit être planifié et étudié de façon très sérieuse. Depuis plusieurs années, un concept clair de développement renforcé par une réglementation est appliqué pour les stations touristiques ; il spécifie par exemple que :

- les bâtiments ne doivent pas occuper plus de 20 % de la superficie totale des terres ;
- aucun bâtiment ne doit dépasser la cime des arbres ;
- la végétation côtière doit être conservée afin de maintenir la façade naturelle des îles et de les protéger contre l'érosion côtière ;
- il faut préserver au minimum 5 mètres linéaires de plage par chambre d'hôtel.

Cette réglementation a été complétée plus récemment par des directives qui donnent plus de détails sur l'architecture, la construction et les pratiques de gestion et précisent les exigences en matière d'évaluation de l'impact du nouvel aménagement sur l'environnement. Selon le gouvernement, le succès du tourisme aux Maldives peut être attribué dans une large mesure à ces règlements précis et à leur application stricte.

### ***Processus de contrôle des aménagements***

Pour que l'aménagement du territoire soit efficace, il faut un processus de contrôle garantissant le respect des règlements et évitant les aménagements illégaux. Beaucoup de facteurs peuvent provoquer un dysfonctionnement du processus de contrôle (voir l'encadré 5.9) ; certains peuvent être profondément enracinés et exiger une réforme politique majeure. Mais l'efficacité de la planification du tourisme peut être améliorée par :

- des ressources humaines plus importantes pour traiter les demandes de permis ;
- le renforcement des capacités des administrations locales pour développer leur connaissance de la problématique du tourisme durable ;
- des exigences claires à l'intention des aménageurs potentiels, notamment les procédures à suivre et les informations à fournir ;
- l'application de pénalités en cas de non-respect des règles, y compris des pénalités financières, des actions en justice et la démolition des aménagements illégaux.

Pour contrôler les aménagements, il faut exiger des aménageurs potentiels qu'ils fassent approuver leurs projets. La procédure de notification et le niveau de détail des informations à fournir pour faire approuver un projet sont déterminés par les gouvernements ou les collectivités locales qui peuvent décider d'exiger de nombreuses informations sur la durabilité du projet. Il est important que le niveau et la nature des informations demandées soient pertinents et réalistes et que le processus ne soit pas trop onéreux pour ne pas décourager les intéressés de se soumettre au système. On trouvera des exemples d'informations à demander dans la section sur les notifications des Orientations relatives à la biodiversité et au tourisme de la CDB<sup>3</sup>. Pour cela, on peut

#### **Encadré 5.9 : Problèmes concrets de mise en œuvre en Colombie**

Un projet pilote concernant la mise en œuvre des directives de la CDB relatives à la biodiversité et au développement du tourisme a été lancé en 2002 en Colombie. Il s'est intéressé aux conditions et aux aspects concrets du développement du tourisme dans le parc national de Tayrona, une magnifique zone côtière protégée, dotée de nombreuses très belles plages. L'étude a conclu qu'il existait un cadre général de lois, de procédures de planification et de contrôle du développement et qu'il était bien conçu, mais que son application se heurtait à plusieurs problèmes, à savoir :

- les déficiences de l'administration et le manque de ressources financières et humaines ;
- la multiplication des pouvoirs et de l'autorité entre différentes institutions, ce qui provoque des répétitions inutiles d'effort, voire un manque d'action de la part des institutions ;
- une situation confuse en matière de propriété des terres, d'où la difficulté pour le parc de conclure des accords de gestion avec les propriétaires et les occupants des terrains situés à l'intérieur du parc et de faire appliquer les restrictions légales au développement du tourisme sur les terrains privés du parc ;
- la poursuite de certains projets touristiques qui ne respectaient pas les prescriptions légales, sapant de ce fait l'image et l'autorité des institutions en matière de maîtrise du développement.

exiger que l'aménageur potentiel produise une étude d'impact environnemental (voir ci-dessous).

Il existe un autre mécanisme utile associé au processus de contrôle des aménagements : le fait d'assortir de certaines conditions la délivrance des permis de construire. Il peut être employé pour :

- renforcer ou améliorer certains aspects de l'impact du projet proposé (facteurs liés à l'architecture, l'aménagement paysager ou l'accès) ;
- obtenir certains bénéfices externes pour la communauté ou la conservation de l'environnement par des aménagements supplémentaires (obligations d'aménagement). Cela peut inclure, par exemple, la fourniture de services pour la communauté, des programmes de reboisement ou la création de sentiers ou autres infrastructures.

Toute condition ou obligation imposée doit être juste et réaliste et pas trop onéreuse pour ne pas empêcher la mise en œuvre et la production de bénéfices mutuels.

### ***Étude d'impact 'environnemental***

La durabilité du développement du tourisme peut être renforcée par un usage plus grand et efficace des études d'impact environnemental (EIE), par exemple en les rendant obligatoires pour les aménageurs potentiels.

L'EIE est une méthode structurée mondialement reconnue pour obtenir et évaluer des informations environnementales sur les impacts potentiels des aménagements matériels ; elle est par conséquent utilisée au stade de la prise de décision dans le processus de planification. Elle peut compléter utilement le processus de délivrance de permis de construire pour les nouveaux aménagements et peut être exigée des aménageurs potentiels comme outil d'aide à la décision. L'un des atouts de l'EIE est l'exigence de prendre en considération toutes les étapes et tous les processus de l'aménagement proposé, notamment des impacts en amont et en aval. Il est également demandé d'envisager des solutions alternatives susceptibles d'avoir un impact moins néfaste ou des retombées positives.

Dans de nombreux pays, l'EIE est imposée par la loi lorsque les projets d'aménagement proposés risquent de porter atteinte à l'environnement, mais son application au tourisme varie d'un pays à l'autre. On constate un manque de cohérence dans le choix des projets pour lesquels des EIE sont obligatoires. Le fait qu'une EIE soit ou non exigée dépend généralement de la taille et de la nature du projet, de la fragilité du lieu où il est prévu et du risque environnemental perçu. Les projets de petite échelle ne sont pas inclus dans la plupart des systèmes d'EIE, bien qu'ils puissent avoir des impacts cumulés importants au fil du temps.

Parce qu'il y a un lien étroit entre les systèmes sociaux et environnementaux, il est impératif d'identifier, de prévoir et d'évaluer les impacts sociaux en même temps que les impacts biophysiques. De plus en plus, les EIE incluent la prévision et l'évaluation des impacts sociaux, économiques et sanitaires, au même titre que les impacts environnementaux. Il semblerait que les nouvelles doctrines et pratiques qui émergent en matière d'EIE se focalisent principalement sur l'adaptation des EIE et leur utilisation parallèlement à d'autres outils pour évaluer les propositions d'aménagements par rapport à des critères de durabilité préétablis.

*L'Égypte donne un exemple de procédures laxistes qui empêchaient les EIE de jouer efficacement leur rôle de mécanisme de contrôle, situation qui a été corrigée par des conseils plus clairs et une meilleure coordination (voir les Études de cas, p. 156).*



Voici quelques recommandations pour une meilleure utilisation des EIE :

- clarifier le processus de sélection selon lequel on détermine quand une EIE est nécessaire. La mise en place d'un système d'EIE doit reposer sur une législation claire et explicite sur la nature, le champ d'application et le type d'approche à adopter ;
- voir la façon dont les EIE sont appliquées au développement du tourisme et si leur champ d'application devrait être élargi. S'il est peu probable que l'on puisse actuellement exiger une EIE pour tous les projets touristiques, les types de projets et les implantations pour lesquels elle est obligatoire doivent être clairs pour les aménageurs ;
- donner des indications utiles sur ce que l'EIE doit contenir concernant le tourisme ;
- éviter les doubles emplois et toute incertitude sur l'organismes compétent et donner une réponse rapide afin d'empêcher les projets non conformes de démarrer avant qu'une décision ne soit prise ;
- mettre en place un processus pour contrôler le respect de toute mesure de gestion et de réduction d'impact proposée dans l'EIE et, le cas échéant, mettre en place des moyens de contrainte.

## 5.3 Instruments économique

### 5.3.1 Impôts et taxes

Ces mesures agissent par le biais de facteurs, tels que le coût, les prix et les revenus, qui ont une incidence majeure et avérée depuis longtemps sur les choix et les décisions des entreprises et des consommateurs. Elles peuvent être appliquées avec une certaine souplesse et sont faciles à ajuster. Mais parce que ce sont des instruments indirects, il est difficile d'être sûr que l'effet réel obtenu sera celui attendu.

Instituer des impôts et des taxes peut avoir deux conséquences majeures pour la durabilité du tourisme :

- faire changer les comportements des consommateurs et des entreprises par leur effet sur les prix, les coûts et les revenus. Les impôts et taxes peuvent être appliqués de manière à pénaliser les pratiques non durables, polluantes par exemple, et à modifier les caractéristiques de la demande ;
- récupérer auprès des consommateurs et des entreprises des moyens financiers qui peuvent être utilisés pour atténuer les impacts et soutenir des actions comme la conservation ou des projets locaux améliorant la durabilité. Pour cela, il faut que les impôts soient affectés, c'est-à-dire que les recettes générées soient réservées à des utilisations spécifiques au lieu d'être versées simplement aux fonds publics.

Ces effets étant interdépendants, ils doivent être considérés ensemble. Il arrive souvent qu'une mesure produise les deux à la fois. Il faut trouver un juste équilibre entre les deux.

Les impôts et taxes sont importants pour internaliser le coût global, c'est-à-dire à la fois environnemental et social, d'activités comme le tourisme. Selon la façon dont ils sont affectés, ils peuvent soutenir l'adhésion au principe du « pollueur payeur ».

Principales façons dont les gouvernements peuvent utiliser ces mesures :

- imposition de taxes sur la consommation des ressources ou l'utilisation des services dont ils ont le contrôle, comme les services publics et les équipements collectifs ;
- instauration d'impôts généraux ou plus spécifiques sur les activités qui touchent la gestion des entreprises touristiques et le comportement des touristes.

Un impôt ou une taxe isolés peuvent influencer sur le comportement des entreprises ou des touristes, ou des deux. Cela dépend en partie de la réaction des entreprises et de leur décision soit de l'absorber, soit de le répercuter sur les consommateurs en augmentant leurs prix. Quel que soit celui qui supporte au bout du compte l'impôt ou la taxe, une bonne communication sur la mesure adoptée, les raisons de son adoption et les bénéfices qui doivent en résulter, est très importante pour la faire accepter et respecter.

Différents types d'impôts et taxes ayant des effets sur le tourisme sont présentés ci-après.

### ***Impôt général sur les entreprises***

L'un des effets que l'imposition peut avoir sur la durabilité du tourisme est l'incidence globale du régime fiscal sur les performances des entreprises touristiques. Les gouvernements doivent veiller à ce que les impôts sur les sociétés ne défavorisent pas les petites entreprises de services. Ils doivent aussi tenir compte des conséquences que la politique fiscale peut avoir sur tous les aspects économiques, sociaux et environnementaux du secteur, par exemple ses impacts sur les emplois saisonniers et la possibilité pour les microentreprises et les travailleurs de se lancer dans diverses activités.

### ***Impôts généraux sur le tourisme***

Plusieurs pays ont instauré une taxe sur le tourisme sous la forme d'une taxe de séjour appliquée par personne et souvent par nuitée. Elle est principalement collectée auprès des entreprises de tourisme qui ont le choix de la répercuter ou non sur les touristes. En principe, elle n'est pas considérée comme un moyen d'agir sur le nombre de visiteurs, mais plutôt comme un moyen d'obtenir des recettes. Elle permet de recueillir des sommes importantes, mais elle peut susciter chez les professionnels du tourisme des inquiétudes quant à ses conséquences négatives sur la demande et la rentabilité de l'entreprise. Il est en outre crucial pour la durabilité du tourisme que les recettes ainsi collectées soient utilisées au niveau local pour soutenir la gestion de la destination, la conservation de l'environnement et des causes sociales.

Des taxes de ce type peuvent être instituées spécifiquement au bénéfice de la destination et de la durabilité du tourisme. Mais, même présentées comme telles, elles peuvent susciter des controverses, comme le montre l'exemple de l'écotaxe instaurée aux Baléares décrit dans l'encadré 5.10 (page 98).

Il peut être plus difficile d'instituer une taxe de ce type si elle est considérée par les entreprises comme aggravant la pression fiscale qu'elles subissent déjà. Dans ce cas, il peut être plus efficace d'appliquer cette taxe aux visiteurs, comme au Belize (voir l'encadré 5.11, page 99), où elle est essentiellement une taxe affectée, payée à la sortie du pays. Toute taxe de ce type doit être appliquée en toute impartialité et équité, facile à collecter, discutée et soutenue par tous ceux qui sont concernés, y compris les agences de voyages. L'utilisation des recettes générées doit être parfaitement transparente et portée à la connaissance de ceux qui la paient.

*En Bulgarie, la loi relative au financement des collectivités locales a été modifiée pour que les recettes de taxes sur le tourisme restent acquises à la municipalité et soient utilisées pour des infrastructures liées au tourisme (voir les Études de cas, p. 146).*



### ***Impôts et taxes liées aux intrants et à l'utilisation des ressources, aux effluents et déchets***

Divers impôts et taxes peuvent être institués pour influencer sur la consommation de ressources par les professionnels du tourisme et les touristes. En voici quelques exemples :

- taxes sur les effluents, pour encourager la réduction des émissions par des mesures en aval ;
- taxes sur les déchets, pour encourager la réduction et le recyclage en rendant l'élimination des déchets plus onéreuse ;
- taxes sur des produits comme l'énergie et les emballages qui ont un impact environnemental au stade de la production, de la consommation ou de l'élimination (par ex. taxes sur le carbone pour l'utilisation de certains combustibles) ;
- taxes sur la consommation de ressources précieuses comme l'eau.

Dans la plupart des pays, des impôts et taxes de ce type sont appliqués en général pour influencer sur les activités de l'ensemble des entreprises. Il est peu probable qu'un traitement

#### **Encadré 5.10 : Leçons tirées d'une expérience d'écotaxe**

En 2002, le gouvernement des îles Baléares, en Espagne, a instauré une taxe dans le but affirmé de récolter des fonds auprès des touristes pour investir dans la protection de l'environnement et l'amélioration des services collectifs dans les régions touristiques. Les usages qui pouvaient être faits de ces recettes étaient inscrits dans la loi. La taxe n'était pas envisagée comme une mesure de contrôle, mais plutôt comme une source de recettes supplémentaires pour soutenir les dépenses publiques. Elle était considérée comme un outil permettant d'orienter le tourisme vers plus de durabilité et de qualité. Les exemples de projets soutenus sont notamment l'achat et la remise en état d'une zone côtière naturelle à l'usage du public, la démolition d'un vieil hôtel gâchant le paysage et une aide financière aux agriculteurs pour qu'ils plantent des arbres.

La taxe était une redevance forfaitaire d'environ 1 euro par touriste adulte par nuitée, collectée par les hôteliers. La première année, elle a généré environ 4,5 millions d'euros de recettes. Si de nombreux touristes et résidents étaient partisans de cette taxe, les hôteliers et les voyagistes y étaient opposés. Ils estimaient qu'elle n'était pas équitable (elle ne touchait pas les nombreux touristes optant pour des locations meublées ou des modes d'hébergement non déclarés) et qu'elle était une des raisons de la baisse de la demande l'année de son introduction. Il y a eu quelques incertitudes concernant l'utilisation de l'argent et la transparence du processus. Le nouveau gouvernement a supprimé la taxe au bout d'un an et demi d'application.

Les mérites de la taxe ont suscité de vifs débats. Pour certains, la compétitivité à long terme des îles aurait profité des améliorations financées par la taxe, malgré les réactions négatives à court terme. Mais quels que soient ses mérites, l'expérience a montré qu'il était indispensable qu'elle obtienne le soutien inconditionnel des professionnels du tourisme (surtout s'ils participent à sa mise en œuvre), qu'elle paraisse équitable et qu'elle soit présentée de façon positive comme une mesure visant le bien de tous.

spécial soit réservé au tourisme. Mais les changements de comportements induits par ces mesures modifieront l'impact du secteur, notamment dans les régions où le tourisme a toujours contribué aux impacts environnementaux ou sociaux.

L'une des questions particulièrement pertinentes pour le secteur est celle du recours à la fiscalité pour influencer le choix du mode de transport. Certains pays appliquent de fortes taxes sur le pétrole pour encourager l'utilisation des transports en commun au lieu des voitures particulières ; ce type de taxe aura sans doute un effet particulier sur les voyages individuels, comme les voyages d'agrément. Des arguments en faveur d'une taxe sur les carburants d'avion sont souvent avancés ; il s'agit d'une question importante pour le secteur du tourisme.

Les impôts ou taxes sur la consommation d'eau peuvent être un moyen très efficace de limiter la consommation dans les destinations touristiques.

Si les taxes de ce type sont plus destinées à influencer les comportements qu'à générer des recettes, leur produit peut être utilisé pour soutenir une activité utile. Le programme britannique Hospitable Climates décrit dans l'encadré 5.12 (page 100) en est un exemple.

#### **Taxes sur l'utilisation des équipements collectifs et des infrastructures**

Faire payer l'utilisation des équipements collectifs peut être une solution efficace pour le secteur du tourisme. Les visiteurs étant conscients de profiter d'un avantage direct, les réactions négatives sont généralement rares. L'instauration d'un droit d'entrée pour accéder à un parc national ou un site du patrimoine en est un exemple. Ces droits peuvent être utilisés pour la gestion, pour limiter le nombre de visiteurs et leur impact sur l'environnement, en fonction de la capacité limite du lieu et des niveaux de demande ciblés. Ils peuvent varier au cours de l'année. Les considérations d'équité sociale

*A Calvià, les réactions hostiles à une taxe sur l'eau montrent combien il est important de bien communiquer avec les entreprises et les consommateurs sur l'adoption de telles mesures (voir les Études de cas, p. 179).*



*En Bulgarie, les entreprises d'écotourisme peuvent obtenir l'aide d'un fonds alimenté par des taxes environnementales sur la pollution et la consommation de carburant (voir les Études de cas, p. 146).*



#### **Encadré 5.11 : Exemples de taxes soutenant la conservation**

**Belize** : en 1996, le gouvernement a créé un Protected Areas Conservation Trust (PACT) chargé de recueillir des fonds pour des activités de conservation, de sensibilisation, de développement durable et de gestion des aires protégées. Plus de 1,75 million de dollars ont été versés (1997-2004), soit plus de 70 subventions à plus de 30 organisations. Les fonds proviennent d'une taxe de conservation obligatoire de 3,75 dollars payée par les visiteurs quand ils quittent Belize. Le PACT reçoit aussi 20 % de la taxe payée par les passagers des bateaux de croisière, des redevances sur les licences d'activités récréatives et des droits de concession dans les aires protégées. Enfin, le PACT reçoit des dons d'entreprises et de particuliers.

**Madagascar** : l'administration des parcs nationaux a pour politique de distribuer 50 % des recettes des billets d'entrée de tous les parcs à des projets locaux de conservation ou de développement. Ces derniers, proposés par des comités spéciaux composés d'anciens des villages, sont généralement très concrets (par ex. des projets de culture de fruits, d'apiculture, de construction de hangars à grain) et offrent des moyens de subsistance durables comme alternative à l'agriculture sur brûlis. Le lien financier avec le parc local renforce la sensibilisation de la communauté et son soutien à la conservation.

voudraient que des droits différents soient appliqués en fonction de la capacité de payer, afin de lutter contre la discrimination économique.

Générer des revenus à des fins de conservation et de gestion ou pour aider les communautés locales peut être un objectif important pour instaurer des taxes de ce type. Dans certains cas, celles-ci peuvent être augmentées pour accroître les revenus disponibles pour des causes locales. Dans la mesure du possible, il convient d'adopter une approche structurée et transparente pour la répartition des ressources financières générées, en sollicitant la participation des communautés locales et en informant ceux qui paient de l'usage qui est fait des recettes générées, comme dans l'exemple de Madagascar cité dans l'encadré 5.11 (page 99).

Des droits peuvent également être appliqués à l'utilisation des infrastructures. Un exemple courant est celui du stationnement payant qui peut être un outil de gestion approprié.

#### Encadré 5.12 : Exemples d'aide financière à la durabilité

**Maroc** : le PNUE a travaillé avec la compagnie nationale d'électricité pour encourager l'achat de chauffe-eau solaires par les hôtels grâce à des prêts bancaires subventionnés à faibles taux d'intérêt. Les mensualités de remboursement apparaissent sur les factures d'électricité, ce qui diminue les risques d'impayés et donc le risque pour les banques qui peuvent, par conséquent, proposer des taux d'intérêt très bas. Cette initiative devrait renforcer le crédit commercial dans le secteur de l'énergie solaire et permettre à terme de supprimer le subventionnement.

**Catalogne, Espagne** : des subventions sont accordées à des entreprises pour couvrir les coûts externes de mise en œuvre du programme d'écocertification (comme l'emploi de consultants). Certaines municipalités accordent aux entreprises qui participent au programme une réduction de 90 % sur la taxe d'enlèvement des ordures ménagères, afin de les inciter à rester dans le programme.

**Rimini, Italie** : après le succès d'un projet pilote de gestion durable d'une station balnéaire, la province de Rimini a proposé une subvention à d'autres stations balnéaires dans le cadre d'un concours qui a recueilli une centaine de candidatures. L'aide consiste notamment en une subvention spéciale pour l'installation de cellules photovoltaïques.

**Royaume-Uni** : le gouvernement propose des prêts énergétiques à taux zéro et un abattement de 100 % de l'impôt sur le capital pour l'amélioration de l'efficacité énergétique des équipements dans le cadre du « Carbon Trust » (alimenté par des écotaxes comme la Climate Change Levy). Accompagnée d'un programme complet de conseils, cette aide est offerte aux hôtels dans le cadre de l'initiative « Hospitable Climates » soutenue par le gouvernement.

**Barbade** : la loi sur le développement du tourisme (2002) prévoit une disposition spécifique permettant de déduire du revenu imposable, à hauteur de 150 %, les dépenses d'obtention d'une écocertification et de mise en œuvre de programmes de tourisme local.



Outre qu'il permet de limiter l'usage des véhicules particuliers, et donc la pollution et les embouteillages, il est parfois la seule source directe de recettes pour la gestion des sites où aucune forme de droit d'entrée n'est possible. C'est le cas de certains sites naturels. Le péage peut aussi être utilisé pour décourager l'utilisation de la voiture particulière.

### ***Taxes influençant l'après-usage***

Des taxes peuvent être appliquées comme une forme d'assurance garantissant un résultat durable dans le futur, par exemple :

- des garanties de bonne exécution peuvent être exigées des aménageurs, sous la forme d'une caution qui leur est restituée ultérieurement, si certaines conditions sont remplies. Un exemple très parlant pour le tourisme est l'application d'une garantie d'exécution pour garantir le reboisement à la suite d'un projet d'aménagement ayant nécessité le défrichage de forêts ;
- un système de consigne peut être appliqué pour certains emballages comme les bouteilles en plastique ou en verre pour encourager le recyclage ou permettre l'élimination en décharge contrôlée.

### **5.3.2 Incitations et accords financiers**

Il s'agit d'instruments économiques qui influencent le comportement des entreprises en leur fournissant une aide financière spécifique ou des débouchés commerciaux à condition qu'elles se comportent d'une façon déterminée. Le gouvernement peut :

- fournir lui-même une aide financière ou des débouchés commerciaux ;
- influencer sur et travailler avec des agences d'aide au développement dont les politiques dans les pays bénéficiaires sont de plus en plus influencées par des priorités et programmes convenus avec les gouvernements ;
- influencer les politiques de prises de décisions financières et les actions des sources commerciales de financement.

### ***Incitations financières positives***

Diverses formes d'aide financière peuvent être utilisées pour influencer les comportements et encourager le changement. Elles peuvent être destinées aux entreprises de tourisme existantes ou aux nouveaux projets. Quand une subvention positive est employée, conformément aux principes de viabilité économique, le type et le montant de l'aide doivent encourager et soutenir les entreprises capables de subvenir à leurs besoins et éviter la dépendance.

Il y a trois moyens d'utiliser l'aide financière pour induire des changements :

- susciter l'action en assortissant l'aide financière de conditions. Cette stratégie est valable pour tous les types de projets. La Banque mondiale et d'autres organismes d'aide au développement ont ouvert la voie dans ce domaine. Les « Principes de l'Equateur » fixent de nombreuses conditions de viabilité sociale et environnementale pour les grands projets, lesquels doivent faire l'objet d'une évaluation avant qu'une aide ne puisse leur être accordée. Ces conditions peuvent être la minimisation

*Dans une région de l'Écosse, tous les projets touristiques bénéficiant de l'assistance de l'agence d'aide au développement doivent participer à un programme de certification environnementale (voir les Études de cas, p. 184).*





*Au Ghana, une aide financière est proposée pour les projets de tourisme local qui répondent à certains critères de durabilité. Pour éviter toute dépendance et encourager l'efficacité, les subventions sont accordées uniquement pour les infrastructures, l'aide aux entreprises prenant la forme de prêts (voir les Études de cas, p. 161)*

des impacts ou le soutien à des projets sociaux ou de conservation comme l'approvisionnement en eau propre. Cette approche convient tout particulièrement aux programmes d'aide nationaux et internationaux, ainsi qu'aux petits et grands projets. Le micro-crédit peut, par exemple, être utilisé pour influencer sur le choix de moyens de subsistance durables ;

- aider des formes de tourisme allant dans le sens des objectifs de durabilité. Au lieu de chercher à influencer tous les types de projets touristiques, une aide financière personnalisée peut, le cas échéant, être fournie à des types de projets qui répondent à certaines priorités du développement durable. Il peut s'agir, par exemple, de projets d'initiative locale de petite envergure dans des localités pauvres ou de projets d'écotourisme. Les instruments économiques peuvent être étroitement liés au renforcement des capacités (voir le paragraphe 5.5.2), l'aide financière étant accordée pour des aspects comme l'accès au marché ;
- financer des investissements spécifiques directs qui amélioreront la durabilité. L'aide financière peut être accordée pour des actions comme l'installation d'une nouvelle technologie écologiquement efficace. L'aide peut aussi être versée pour couvrir les frais de mise en place de programmes de gestion environnementale. Il est important que les gouvernements évitent de simplement payer les améliorations recherchées, ce qui diminuerait la motivation. Il est préférable de proposer des prêts à des conditions préférentielles ou des crédits d'impôts. Ces solutions sont souvent plus efficaces conjuguées à d'autres instruments comme la certification et le renforcement des capacités, comme le montrent certains exemples de l'encadré 5.12.

### **Autres accords financiers**

Les gouvernements ont aussi la possibilité d'influer sur le comportement des entreprises en passant d'autres types d'accord financier avec elles, par exemple en leur transférant certains droits de propriété ou droits commerciaux. Ce transfert peut être assorti de conditions exigeant le respect d'un programme de durabilité. En voici quelques exemples :



*En Afrique du Sud, le gouvernement a défini des conditions et formulé des directives pour le fonctionnement des partenariats public-privé sur les terrains domaniaux et les a diffusées sous la forme d'un kit d'outils (voir les Études de cas, p. 174)*

- l'octroi par le gouvernement de concessions ou de contrats aux entreprises. Ce moyen d'imposer des conditions à certaines entreprises, par exemple celles qui fournissent des services dans les parcs nationaux s'avère efficace ;
- la création de permis négociables pour le captage des eaux, en protégeant les droits des communautés les plus pauvres ;
- la création de partenariats public-privé avec certaines entreprises pour la fourniture de certains équipements comme les infrastructures de transport, les services collectifs ou les services d'information ;
- les politiques d'approvisionnement du gouvernement : par exemple, seuls des hébergements certifiés conformes à certains critères de durabilité seront choisis pour les activités du gouvernement.

## **5.4 Instruments volontaires**

### **5.4.1 Directives et codes de conduit**

Les directives et codes de conduite sont un moyen de définir de façon claire les attentes ou les exigences des touristes, des entreprises ou autres acteurs, sans recourir

à la législation ou à la réglementation. Il y a de nombreux cas où ces dispositifs non obligatoires sont suffisants pour obtenir les approches, règles ou changements de comportement recherchés. Les gouvernements peuvent produire eux-mêmes des codes et directives ou aider des groupes d'acteurs à le faire ; ils jouent alors le rôle d'intermédiaires.

### ***Finalité et avantages des codes et directives***

Les codes et directives sont des textes écrits qui exposent clairement les actions qui sont ou non adaptées ou acceptables dans des circonstances particulières. Ils peuvent être utilisés pour :

- exercer un contrôle en encourageant tout le monde à se conformer à une approche commune ;
- donner des conseils utiles et améliorer les performances en établissant une liste de mesures à prendre pour atteindre les objectifs. Mais ils se distinguent des manuels de formation, généralement plus élaborés (voir § 5.5.2).

Ils peuvent être reproduits ou diffusés sous forme de documents courts sur des sites Internet, sur des panneaux et dans les médias. Mais le meilleur moyen de faire connaître les codes et d'inciter à les respecter est probablement le bouche à oreille et la distribution directe aux utilisateurs potentiels.

Le terme « code » est généralement employé pour de courtes listes de « ce qu'il faut faire » et « ce qu'il ne faut pas faire » souvent exprimé en termes clairs, signés de façon plus ou moins officielle par les acteurs concernés. Une « directive » ou recommandation est généralement un texte plus long et plus détaillé qui contient davantage de conseils et d'informations sur ce qu'il convient de faire. Codes et directives peuvent être complémentaires, ces dernières expliquant en détail comment se conformer aux premiers.

Les codes peuvent faire référence à des cadres plus officiels comme le Code mondial d'éthique du tourisme approuvé par l'Assemblée générale de l'OMT et des Nations Unies<sup>4</sup>.

L'avantage des codes et des directives est qu'ils sont directs et simples et qu'ils peuvent être élaborés et utilisés à peu de frais. Leur inconvénient est qu'ils sont volontaires et peuvent être dépourvus de dispositif de contrôle ou de mesures pour garantir leur application.

Il peut être préférable de recourir à des codes et directives plutôt qu'à la réglementation quand :

- les réglementations sont difficiles à diffuser et leur respect impossible à contrôler ;
- les conséquences de certaines actions sont moins sérieuses ;
- il est important ou utile de suggérer des mesures à prendre et des actions à éviter ;
- il existe des groupes d'acteurs avec lesquels des codes et directives peuvent être élaborés et qui se chargent de promouvoir le respect de ces codes.

Il existe au niveau international, national, local ou sur les sites de nombreux exemples de codes et directives concernant la durabilité du tourisme. Ils sont généralement établis à l'intention des responsables politiques, des entreprises de tourisme, des visiteurs ou une combinaison de ces publics et produits par des agences internationales, des gouvernements, des administrations (comme la direction des parcs nationaux) et des ONG.

Des codes et directives peuvent aussi être produits par des associations d'entreprises ou d'autres acteurs pour promouvoir des bonnes pratiques au sein d'un groupe, instituer des règles communes et montrer leur efficacité à d'autres. En ce sens, ils constituent un outil d'autorégulation très utile pour le secteur du tourisme.

Il existe plusieurs moyens d'accroître le succès des codes et directives, à savoir :

- les élaborer en concertation étroite avec les utilisateurs potentiels ;
- veiller à la simplicité de la formulation et à la clarté du sens ;
- employer des termes positifs et suggérer d'autres actions possibles ;
- étayer les affirmations par des explications simples ;
- demander des informations en retour, revoir les textes et les améliorer au fur et à mesure ;
- établir des liens avec les services marketing et les services d'information (voir § 5.5.3).

Les codes peuvent être plus ou moins officiels, selon le contexte. Il sera bon, dans certains cas, de les étayer par un engagement d'adhésion. Ils peuvent servir de base à d'autres d'instruments, comme la publication de rapports et la certification (voir ci-dessous), rendue ainsi plus efficace.

Il y a des cas où codes et réglementations peuvent aller de pair, les codes couvrant un ensemble plus vaste d'actions, les exigences les plus importantes étant étayées par la législation et la réglementation auxquelles codes et directives doivent alors renvoyer.

Les codes relatifs à certaines activités peuvent être renforcés par le soutien et la promotion de diverses organisations travaillant ensemble et appliquées dans différents pays grâce à la coopération internationale. Le code de lutte contre le tourisme sexuel impliquant des enfants en constitue un exemple significatif (voir l'encadré 5.13).

Les paragraphes suivants élargissent la réflexion sur les codes et directives ainsi que sur les moyens de les appliquer.

### **Directives politiques**

Il est important que tous les acteurs soient au courant des politiques relatives à la durabilité du tourisme et des implications de ces politiques en termes d'action. La mise en place de structures regroupant de nombreux acteurs et la formulation d'une stratégie touristique dans le cadre d'une vaste campagne de consultation peuvent y contribuer. Mais cela peut ne pas suffire.

Les directives peuvent être utilisées pour transmettre les orientations générales et les principaux aspects de la politique aux acteurs concernés : administrations publiques, collectivités locales, ONG, entreprises du privé et organismes d'aide comme les agences et les banques d'aide au développement.

Les directives peuvent faire l'objet d'un document unique applicable à tous, ou de plusieurs documents dont le style et le contenu seront adaptés aux besoins du public ciblé.

### **Codes et directives sur le développement et la gestion**

Les codes et directives destinés aux entreprises de tourisme peuvent concerner l'ensemble du pays ou certains types de lieux (notamment les aires protégées) ou de produits.



*Les lignes directrices pour un tourisme responsable élaborées en Afrique du Sud sont un bon exemple de règles non contraignantes. Produites sous forme de brochure et largement diffusées, elles consistent en déclarations de principes concernant la durabilité économique, sociale et environnementale autour desquelles des politiques et actions plus détaillées doivent être développées. Elles ont été par la suite reprises dans les politiques de plusieurs autorités provinciales et adoptées par au moins l'une des principales banques qui s'en est inspirée pour définir ses critères de financement. Elles ont également servi à réaliser un guide à l'intention des entreprises privées (voir les Études de cas, p. 174).*

Les codes et directives peuvent être utilisés pour influencer sur la nature du développement de produits. Ils peuvent concerner à la fois les procédures et procédés à adopter et la nature du développement. En voici quelques exemples :

- procédures de contrôle de la planification et du développement : dans les aires protégées, elles peuvent s'appuyer sur les lignes directrices internationales de la CDB pour le tourisme durable ;
- développement du tourisme d'initiative locale : il existe plusieurs directives internationales sur le travail avec les communautés pour évaluer les perspectives et élaborer des projets respectant les principes de durabilité ;
- la conception des différents types d'aménagement.

Les codes et directives peuvent aussi concerner la façon dont les entreprises de tourisme doivent être gérées dans différents contextes pour avoir des effets bénéfiques sur l'environnement et les communautés (voir l'encadré 5.14, page 106). Ils peuvent être élaborés par ou pour les voyageurs ou les prestataires de services touristiques. Ils concernent alors généralement des aspects comme :

- les procédures permettant de limiter au maximum la pollution générée par l'exploitation de l'entreprise ou les dégâts environnementaux causés par les activités de loisirs ;
- les bonnes pratiques de concertation avec les communautés locales ;
- la gestion et le contrôle des visiteurs, notamment la taille des groupes, la nature des informations qui leur sont fournies, etc. ;

#### **Encadré 5.13 : Un code clair soutenu par la communauté internationale**

Le Code de conduite pour la protection des enfants contre l'exploitation sexuelle dans le secteur des voyages et du tourisme est un exemple de code concis et formulé en termes clairs, élaboré par une ONG et bénéficiant désormais du soutien de l'UNICEF, de l'OMT et de plusieurs organisations du secteur du tourisme. Il est également soutenu et défendu par des organismes gouvernementaux comme la Direction du tourisme de Thaïlande. Plusieurs initiatives associées ont été prises, notamment des actions de formation et des campagnes de publicité.

Destiné aux prestataires de services touristiques, le code est uniquement composé de six éléments :

1. Établir une politique éthique concernant l'exploitation sexuelle des enfants à des fins commerciales.
2. Former le personnel dans le pays d'origine et les pays de destination.
3. Introduire une clause dans les contrats avec les fournisseurs stipulant une volonté commune de lutter contre l'exploitation sexuelle des enfants à des fins commerciales.
4. Informer les touristes par le biais de catalogues, brochures, vidéos de bord, souches de billets, pages d'accueil des sites Internet, etc.
5. Fournir des informations aux personnes locales clés dans les pays de destination.
6. Produire un rapport annuel.

**Encadré 5.14 : Code pour mener des activités dans un endroit fragile**

Depuis de nombreuses années, le programme Arctique du WWF propose un Code de conduite pour les voyageurs qui organisent des voyages dans l'Arctique. Il couvre, entre autres, la façon dont les voyageurs utilisent et gèrent les ressources naturelles, le choix des hébergements et autres fournisseurs, la gestion des visiteurs et les informations qui leur sont communiquées, les règles pour respecter les cultures locales, la qualification et l'éducation du personnel, les procédures de sécurité.

Traduit en plusieurs langues et largement diffusé, le Code a remporté un grand succès. Les voyageurs qui l'ont adopté ont voulu obtenir une meilleure reconnaissance de leurs bonnes pratiques ; à cet effet, diverses options pour instaurer une certification sont actuellement à l'étude.



*En Écosse, l'agence gouvernementale de conservation a été chargée par la loi d'élaborer un Code d'observation de la faune marine écossaise qui doit inclure des lignes directrices sur les activités susceptibles de perturber la faune marine, préciser les conditions dans lesquelles la faune marine peut être approchée et la meilleure façon d'observer les espèces avec un minimum de perturbation (voir les Études de cas, p. 184).*

- les procédures de production de rapports couvrant les activités des entreprises et donnant des informations en retour pour faciliter la gestion des destinations.

**Codes de conduites pour les visiteurs**

Beaucoup de codes ont été produits dans le but d'influer sur le comportement des visiteurs. La plupart concernent l'utilisation du milieu naturel pour différentes activités. Mais ils peuvent aussi aborder des aspects plus généraux comme l'achat de fruits et légumes aux producteurs locaux, le choix de prestataires de services soucieux d'équité, les pratiques en matière de pourboires, les codes vestimentaires pour respecter les sensibilités culturelles, etc.

Les codes peuvent se contenter de donner des conseils généraux pour des voyages responsables ou être plus spécifiques et centrés sur des activités particulières, par exemple ce que les vétérinaires doivent et ne doivent pas faire dans un parc national ou même sur une piste classique.

En général, les codes destinés aux visiteurs sont plus efficaces s'ils sont associés à une activité promotionnelle (par ex. couverture médiatique) ou servent de base pour fournir des informations et conseils plus personnalisés (voir § 5.5.3). Le programme Leave No Trace lancé aux États-Unis (décrit dans l'encadré 5.28, page 131) est un exemple de programme éducatif qui soutient son propre code du visiteur.

**5.4.2 Production de rapports et audits**

La production de rapports permet à une entreprise ou organisation de décrire les résultats de ses efforts pour gérer ses impacts sur le développement durable et de partager ces informations avec les parties concernées. Les gouvernements peuvent encourager cette pratique au sein du secteur du tourisme et l'élargissement des questions abordées. L'utilisation d'un ensemble d'indicateurs admis par tous est un aspect essentiel de toute activité de production de rapports.

L'instauration d'un cadre pour la production de rapports sur le développement durable permettra aux entreprises et organisations de tourisme de faire connaître toutes les mesures prises pour améliorer leurs performances économiques, environnementales et

sociales, ainsi que les résultats de ces mesures et les stratégies d'amélioration futures. Les rapports peuvent être établis à différents niveaux :

- au niveau d'une entreprise, d'une firme ou d'un ensemble d'entreprises actives dans un segment touristique particulier ;
- pour une destination particulière ou au niveau régional ou national.

### ***Pourquoi est-il important de produire des rapports sur le développement durable ?***

Il est primordial de mesurer les performances passées et anticipées et de communiquer les résultats. Cela permet aux chefs d'entreprises de développer leur aptitude à évaluer les progrès accomplis par rapport aux politiques et objectifs sociaux et environnementaux déclarés ; c'est aussi un instrument clé pour susciter et pérenniser l'engagement des acteurs concernés. Pour les entreprises de tourisme, cela peut être le moyen de préserver et renforcer leur crédibilité, de faire participer leurs clients, de tirer avantage de leurs succès et d'acquérir un avantage commercial.

En Écosse, l'agence gouvernementale de conservation a été chargée par la loi d'élaborer un Code d'observation de la faune marine écossaise qui doit inclure des lignes directrices sur les activités susceptibles de perturber la faune marine, préciser les conditions dans lesquelles la faune marine peut être approchée et la meilleure façon d'observer les espèces avec un minimum de perturbation (voir les Études de cas, page 172).

Intérêt croissant du secteur privé et du secteur public pour la production de rapports  
Un peu partout dans le monde, l'élargissement des rapports financiers classiques à des informations non financières suscite un certain intérêt. Dans le secteur privé, ce sont les entreprises elles-mêmes qui en ont pris l'initiative et de nombreux rapports volontaires sont produits. La Global Reporting Initiative (GRI) propose un ensemble de principes et d'indicateurs de performances que les entreprises peuvent utiliser à leur guise ; ils traduisent un nouveau consensus sur les pratiques de communication d'informations et visent à conférer une certaine unité aux rapports. Les Lignes directrices de la GRI sont applicables par toutes les organisations de toutes tailles et de tous types, en tout lieu.

Plusieurs suppléments à la GRI ont été produits pour rendre compte des différents problèmes de développement durable rencontrés par les diverses branches d'activités. Les questions qui concernent les voyageurs font l'objet d'un supplément produit par l'Initiative des voyageurs avec le soutien du PNUE et de l'OMT. D'autres groupes sectoriels, comme les représentants du secteur de l'hôtellerie, s'y sont également impliqués.

### ***Des audits pour s'assurer de la durabilité des activités***

La production d'un rapport peut être liée ou non à une démarche d'audit. Un audit peut être effectué par toute organisation ou entreprise ayant élaboré des politiques et un programme pour améliorer ses performances de durabilité. Un audit est une évaluation méthodique des systèmes et activités de l'organisation pour vérifier si elle fait effectivement ce qu'elle s'était engagée à faire.

Il peut être effectué par l'organisation elle-même, par un auditeur indépendant ou par une tierce partie. A partir du moment où un système de management environnemental

est en place, il peut être vérifié régulièrement pour s'assurer qu'il fonctionne correctement et qu'il remplit sa fonction.

L'audit peut être utilisé comme outil de gestion interne pour améliorer les performances des entreprises de tourisme ou s'assurer du respect des obligations légales. L'audit de diligence environnementale est essentiellement un contrôle destiné à déterminer si une organisation s'est à tout moment conformée à ses obligations légales. Ce type d'audit doit déclencher des actions ou des mesures correctives.

Un audit peut être exigé par un tiers pour s'assurer que les conditions attachées à une aide financière ou à des autorisations sont effectivement remplies. Les rapports de vérification annuels peuvent couvrir les performances des activités environnementales, sociales ou relatives à l'hygiène et la sécurité engagées dans le cadre de projets spécifiques, telles qu'elles sont mises en évidence par les résultats des programmes de mesure et d'échantillonnage quantitatif périodiques.

Comment les gouvernements peuvent encourager les audits et la production de rapports  
Les gouvernements ont plusieurs moyens à leur disposition pour promouvoir la pratique des audits et des rapports comme outil pour rendre le tourisme plus durable. Ils peuvent :

- effectuer des audits de leurs propres activités et de celles de leurs administrations, et communiquer les résultats. C'est un exercice utile non seulement pour revoir et adapter leurs politiques et leurs actions, mais aussi pour montrer l'exemple aux autres, notamment dans le secteur du tourisme ;
- faire un compte rendu de l'état du secteur en général. Les accords concernant la production d'informations sur les performances des ministères du tourisme ou les collectivités locales peuvent inclure l'obligation de donner des informations sur les progrès de l'industrie du tourisme par rapport aux objectifs de développement durable. La communication de ces informations au secteur concerné permet de revoir les politiques et les programmes, de tenir compte des succès et de déterminer les domaines où les efforts doivent être renouvelés ou intensifiés ;
- influencer le contenu des rapports. Les entreprises du secteur privé rendent souvent compte de leurs actions relativement à des objectifs environnementaux ou sociaux nationaux ou locaux ;
- encourager activement au niveau national ou local des groupes de professionnels à adopter une démarche d'audit et de production de rapports ;
- encourager la pratique des audits en produisant des textes de référence et en proposant une assistance technique ;
- introduire une exigence d'audit et de production de rapports dans les systèmes de gestion environnementale et processus de certification universellement acceptés ;
- récompenser les bonnes pratiques en reconnaissant et faisant connaître les résultats.

Les gouvernements peuvent aussi introduire dans la législation l'obligation d'inclure des mesures en faveur de la durabilité dans le mécanisme actuel de production de rapports d'entreprises. En France, par exemple, la production de rapports sur le développement durable a été rendue obligatoire en 2002 pour les grandes entreprises. La pression des investisseurs pour obtenir un tableau clair des performances de l'entreprise peut également susciter l'adoption de règlements exigeant des rapports sur le développement durable.



### **Encadré 5.15 : Exigence de réalisation d'un audit et de production d'un rapport sur les impacts environnementaux et sociaux**

La North Head Quarantine Station est un site d'importance naturelle et historique situé dans le parc national du Port de Sydney, en Australie. En 2000, le gouvernement a estimé que le meilleur moyen de garantir l'avenir du site était de le louer à un voyageur qui développerait une gamme d'utilisations économiques. Mais il a également jugé nécessaire que ce voyageur réponde à certaines préoccupations lourdes de conservation et de gestion, pour la plupart exprimées par la communauté locale. Ces préoccupations devaient être des conditions pour obtenir le permis de construire et obtenir la location du site, mais il est apparu clairement que les coûts et limites qu'elles auraient imposés ne permettaient pas la viabilité du projet.

Une solution alternative de gestion adaptative, assortie d'une obligation d'audits et de production de rapports réguliers, a été adoptée. Elle prévoit un contrôle permanent et systématique de divers impacts sociaux et environnementaux pour vérifier que les conditions optimales agréées sont satisfaites. Si les impacts s'avèrent plus importants que prévu, les mesures de gestion prévues entreront en vigueur. Par exemple, les sites de reproduction des oiseaux sont régulièrement comptés et leur diminution entraînerait l'application de mesures pour réduire le bruit, la lumière et les mouvements de visiteurs. Cette approche type prévoit la production d'un rapport annuel de gestion environnementale sur l'état du site et la viabilité de l'activité.

Les gouvernements peuvent exiger des entreprises qu'elles effectuent un audit et rendent compte des résultats dans le cadre du processus de contrôle du respect des accords. Les critères d'approbation du projet de Sydney Quarantine Station en sont un exemple (voir l'encadré 5.15).

#### **5.4.3 Certification volontaire**

La certification est un mécanisme qui permet de garantir la conformité d'une activité ou d'un produit à certaines normes ; elle peut être définie par le gouvernement ou convenue au sein d'un secteur. Dans le secteur du tourisme, la certification sert principalement à contrôler les activités et les normes des entreprises touristiques, par ex. les services hôteliers, afin de garantir la sécurité et la satisfaction du consommateur. Mais elle peut être élargie aux questions de durabilité. Les principales caractéristiques de la certification sont :

- la participation volontaire des entreprises
- des normes et critères bien définis
- un processus d'audit et d'évaluation
- la reconnaissance de ceux qui satisfont aux critères par un label ou un logo
- le suivi, en temps utile, pour contrôler la conformité permanente.

#### ***Avantages et inconvénients de la certification***

Le principal avantage de la certification comme instrument pour promouvoir une plus grande durabilité du tourisme est qu'elle permet d'englober au moins une partie de l'ensemble complexe de buts et objectifs du développement durable et de distinguer clairement les entreprises qui les atteignent. C'est l'un des rares moyens objectifs permettant

à ceux qui souhaitent promouvoir le développement durable par leurs actions et leurs choix (par ex. les consommateurs, les voyageurs, les gouvernements) de savoir qui soutenir.

Pour les gouvernements<sup>5</sup>, les principaux avantages de la certification sont :

- de faire mieux connaître et d'améliorer l'image des destinations en termes de qualité et de normes environnementales ;
- d'encourager le secteur à améliorer la qualité dans des domaines déterminés ;
- de réduire potentiellement les coûts de réglementation.

Le principal inconvénient de la certification est une gestion potentiellement onéreuse et consommatrice de temps. Persuader les entreprises de participer peut, par ailleurs, être difficile dans la mesure où elles ne perçoivent pas nettement les avantages qu'elles peuvent en tirer par rapport aux coûts de participation au processus (par ex. les honoraires d'inspection et, éventuellement, le respect des exigences). La certification peut donc être perçue comme créant un obstacle, notamment pour les très petites entreprises. Se pose également un problème de comparabilité des programmes qui peut entraîner l'application de normes diverses, la confusion du public et une inégalité des chances pour les entreprises.

### **Rôle des gouvernements dans la certification**

Les gouvernements ont un rôle très important à jouer en apportant leur soutien au processus de certification. S'ils en ont souvent l'initiative, ils doivent aussi continuer à soutenir les programmes qui se créent dans ce domaine.

L'administration responsable de la gestion d'un programme de certification doit être parfaitement impartiale et largement perçue comme telle, ainsi que compétente et efficace sur le plan technique. Dans certains pays, il peut être nécessaire que les gouvernements participent directement au processus pour que ces conditions soient respectées. Dans d'autres, il sera plus intéressant de faire appel à un organisme externe agréé par le gouvernement.

Que les gouvernements participent directement ou non aux programmes de certification, leur aval officiel et leur soutien actif seront très importants pour leur réussite. Cela peut prendre plusieurs formes :

- soutien financier, au moins au départ pour la mise en place du programme ;
- promotion auprès du secteur du tourisme au niveau national et local ;
- soutien et mesures pour inciter les entreprises à adhérer au programme, par ex. la prise en charge des activités marketing (voir § 5.5.3) ;
- établissement d'un lien entre la certification et d'autres instruments, par exemple la délivrance des permis de construire, l'octroi de concessions et les incitations économiques.

### **Types de certification**

Les thèmes communs aux programmes de certification du secteur du tourisme sont notamment :

- le respect des normes d'hygiène et de sécurité (souvent considéré comme une condition préalable à toutes les autres) ;



*Plusieurs études de cas mentionnent des programmes de certification pour les entreprises touristiques soucieuses de durabilité. Celui du Costa Rica, par exemple, trouve avantage à être piloté par le gouvernement ; le soutien gouvernemental a été crucial en Écosse et en Australie (voir les Études de cas, p. 179, p. 184 & p. 140).*

- la qualité des équipements et services. Cela peut être une mesure objective du niveau de fourniture ou une évaluation plus subjective de la prestation offerte ;
- la gestion de la qualité, qui consiste à évaluer la totalité du processus de gestion (comme le programme ISO 9000) ;
- les conditions sociales relatives au personnel, à la formation, etc. ;
- la gestion et les performances environnementales (comme les programmes ISO 14000 ou EMAS) ;
- le développement durable au sens large, intégrant les aspects environnementaux, sociaux et économiques.

Autrefois, la certification dans le tourisme consistait principalement en mesures qualitatives des aménagements, en particulier de l'hébergement hôtelier. De nombreux pays ont des programmes de ce type (débouchant souvent sur l'attribution d'étoiles) qui sont mis en œuvre soit par le gouvernement, soit par ses administrations ou encore par des organismes privés (avec ou sans aval officiel).

Depuis quelques années se multiplient des programmes concernant la gestion de l'environnement et les performances environnementales qui correspondent à ce que l'on pourrait communément appeler un « écolabel ». En 2001, une étude de l'OMT<sup>6</sup> a estimé qu'il y avait dans le monde une soixantaine de programmes de certification de ce type dans le secteur du tourisme ; ce nombre a probablement augmenté depuis.

La plupart de ces programmes se concentrent exclusivement sur des questions d'environnement, bien que certains aient une composante sociale. Ceux qui concernent plus explicitement les questions sociales ou de main-d'œuvre sont beaucoup moins courants (voir l'encadré 5.16).

Il existe une distinction importante entre les systèmes qui mesurent le « processus » et ceux qui mesurent les « performances » :

#### **Encadré 5.16 : Certification reflétant la politique nationale en matière d'impacts sociaux**

Fair Trade in Tourism South Africa (FTTSA) accord une marque distinctive de certification aux entreprises de tourisme qui peuvent démontrer leur adhésion à un ensemble de principes et le respect de critères prédéterminés. FTTSA privilégie les aspects sociaux, bien que les questions d'environnement et d'utilisation des ressources soient également prises en compte. Les critères sont : des rémunérations décentes ; des conditions de travail correctes ; des activités honnêtes ; des pratiques d'achat loyales ; une répartition équitable des bénéfices ; des pratiques commerciales éthiques ; le respect des droits de l'homme, de la culture et de l'environnement.

La marque distinctive est accordée sur la base d'une auto-évaluation suivie d'un contrôle par un organisme externe. Elle est étroitement liée à la politique et aux directives en faveur d'un tourisme responsable du gouvernement sud-africain dont l'aval a beaucoup contribué à la crédibilité du projet. La principale motivation de ceux qui ont obtenu cette marque distinctive et les principaux avantages qu'ils y voient sont la possibilité d'une plus grande notoriété, un meilleur accès à certains marchés spécialisés, la coopération, les échanges de connaissances, les comparaisons et le soutien mutuel.

- les programmes axés sur le « processus » certifient que les entreprises ont établi et documenté des systèmes pour améliorer la qualité ou leurs performances environnementales. Ils ne fixent pas de résultats de performance spécifiques autres que ceux de l'entreprise et ceux requis par la loi ;
- les programmes axés sur les « performances » certifient que les entreprises ont atteint un niveau donné et mesurable de performances par rapport aux normes associées aux différentes composantes du programme.

Les programmes de certification peuvent aussi varier en fonction de la nature et du niveau du processus de vérification. Certains reposent essentiellement sur l'auto-évaluation, avec des contrôles externes occasionnels, ceux-ci étant toutefois obligatoires dans la plupart des cas. D'autres ont un système de notation progressive en fonction du niveau de conformité ou du nombre de mesures prises ; d'autres enfin se contentent d'accorder ou de refuser la certification.

### Succès des programmes et résultats

La proportion d'entreprises touristiques participant à des programmes de certification qualitative est dans l'ensemble assez importante. Par contre, les programmes de certification environnementale ont eu peu de succès jusqu'à présent. Parmi les programmes européens par exemple, la plus forte participation a été enregistrée en Écosse, avec un taux de pénétration d'environ 10 % des établissements hôteliers du pays.

Les perspectives d'avenir de la certification des performances environnementales ou élargies à la durabilité sont toutefois plus positives que ce chiffre ne pourrait le laisser penser et les résultats atteints sont loin d'être négligeables. La plupart des entreprises qui se sont lancées dans ces programmes manifestent un certain enthousiasme.

Les entreprises engagées dans une démarche de certification disent souvent que la dimension éducative du processus est pour elles le principal avantage : elle les aide à comprendre clairement les exigences de durabilité et à se concentrer sur ce qu'elles doivent changer dans leurs activités. Mais le respect des critères imposés par la certification a plusieurs autres avantages pour les entreprises, notamment :

- des économies de coûts : la plupart des entreprises font état d'économies manifestes, par exemple des coûts énergétiques ;
- un avantage marketing potentiel : il semble encore relativement limité en ce qui concerne la certification de la viabilité environnementale ou sociale, comparé à la certification qualitative ;
- une meilleure reconnaissance des organismes d'aide, offrant notamment des possibilités d'assistance technique et parfois d'aide financière.

Un signe particulièrement important d'avantage potentiel futur sur le marché est l'intérêt croissant que portent certains voyageurs à la certification comme moyen de choisir leurs sous-traitants et de les inclure dans leurs catalogues de voyages, témoignant ainsi de l'intégration croissante des questions de durabilité dans leur éthique commerciale et leurs activités.



*Les entreprises qui ont été certifiées dans le cadre du programme Certification for Sustainable Tourism du Costa Rica sont devenues de fervents adeptes des pratiques durables (voir les Études de cas, p. 151).*



*Le nombre de membres du programme écossais « Green Tourism Business » a progressé d'environ 30 % par an depuis le lancement en 1998. En 2004, on recensait 550 membres (voir les Études de cas, p. 184).*

### **Renforcer la certification pour le développement durable**

Un consensus international se dessine de plus en plus sur la nécessité d'intégrer dans les systèmes de certification du tourisme durable des éléments concernant à la fois le processus et les performances, mais en mettant l'accent sur les performances. Les programmes doivent aussi s'appuyer sur une évaluation externe et inclure si possible un système de gradation permettant de reconnaître différents niveaux de performance et d'encourager l'amélioration au fil du temps.

Pour mieux refléter les dimensions de la durabilité, les programmes de certification doivent s'efforcer de comprendre davantage de critères sociaux en plus des critères environnementaux courants.

La façon dont la certification de la durabilité est liée à la certification qualitative et la question de savoir si le fait de les fusionner au sein d'un seul et même programme ferait passer au second plan les préoccupations de durabilité sont deux points très importants qui soulèvent un certain nombre de problèmes. Une bonne approche pourrait être l'association de plusieurs programmes interdépendants, soutenus par le gouvernement.

La réalité fournit plusieurs exemples de bonnes pratiques en matière de certification (corroborés par les études de cas) qu'il ne faut pas perdre de vue pour développer de nouveaux programmes ou renforcer ceux qui existent déjà. Ils font ressortir la possibilité et la nécessité de lier la certification à d'autres outils, à savoir :

- lier la certification au renforcement des capacités, principalement en développant les conseils et l'aide personnelle fournis aux candidats à la certification et lors des contrôles, et en proposant les programmes de formation correspondants ;
- inclure des services du gouvernement dans le processus de certification, afin de renforcer les liens officiels et d'encourager les entreprises par l'exemple ;
- veiller à ce que les exigences et les processus soient aussi simples et clairs que possible, pour faciliter le contrôle et accélérer la mise en conformité ;
- rechercher des moyens plus spécifiques de donner plus de poids au programme et de le rattacher à d'autres domaines de l'action publique.

### **Une norme commune pour la certification**

La nécessité que les différents programmes de certification de la durabilité soient compatibles entre eux est de plus en plus reconnue. La confiance des consommateurs peut augmenter si les touristes se rendent compte que grâce à l'harmonisation des critères les programmes de certification mesurent tous plus ou moins les mêmes choses. Des efforts d'harmonisation sont en cours en Europe (voir l'encadré 5.17, page 114) et sur le continent américain. Il y a aussi une évolution vers l'élaboration d'un programme d'accréditation des divers dispositifs de certification. Ce programme, qui souhaite devenir un jour un Conseil mondial pour la gestion du tourisme durable, est en train de mettre en place des réseaux régionaux de coopération et d'harmonisation des critères.

### **Certification des destinations et des structures d'accueil**

À côté de la certification de la durabilité des entreprises touristiques et de leurs produits, il existe aussi des dispositifs de certification des destinations ou de types

*Le Scottish Green Tourism Business Scheme a clairement démontré l'avantage d'un programme d'écocertification distinct mais promu avec le programme national d'évaluation qualitative dont il constitue une option supplémentaire (p. 184).*



*En Australie, il est envisagé d'intégrer le programme d'écocertification dans un ensemble de programmes de certification agréés et officiellement soutenus par le gouvernement (voir les Études de cas, p. 140).*



*En Écosse, la certification des Centres d'information touristique a suscité un nouvel intérêt parmi les entreprises (voir les Études de cas, p. 184).*



*En Australie, l'écocertification des entreprises est exigée par certains États pour bénéficier d'un traitement préférentiel et de concessions élargies permettant de mener des activités dans les parcs (voir les Études de cas, p. 140).*





*A Kaikoura, en Nouvelle-Zélande, un programme de certification a aidé à susciter l'intérêt et retenir l'attention de la communauté sur une meilleure gestion des ressources (voir les Études de cas, p. 169).*

particuliers de structures d'accueil. Le programme Pavillon bleu pour les plages et les ports de plaisance (voir l'encadré 5.18) en est un bon exemple qui pourrait être appliqué partout dans le monde. Il montre les avantages d'un dispositif à finalité claire, pratique, pertinent et appliqué en permanence.

Dans quelques endroits du monde, la certification de durabilité a été accordée à des destinations entières. Est alors prise en compte la manière dont la totalité de la destination est gérée, en termes de politiques de durabilité, d'utilisation rationnelle des ressources, de lutte contre la pollution, de services sociaux, etc., de même que sont pris en compte les processus de gestion environnementale du secteur du tourisme. La valeur de la certification pour des communautés entières a fait l'objet de nombreux débats, en partie parce qu'il est difficile et coûteux de recueillir des données significatives et complètes.

#### 5.4.4 Contributions volontaires

On dispose de données de plus en plus nombreuses montrant que les touristes et les professionnels du tourisme sont prêts à apporter volontairement leur concours à la conservation de l'environnement et au bien-être des communautés locales des destinations. Plusieurs études montrent que les touristes seraient d'accord pour payer pour cela, à condition que les bénéfices au niveau local soient clairement identifiés.

#### Encadré 5.17 : VISIT, une famille d'écolabels européens

L'initiative VISIT, financée par l'Union européenne, réunit 12 dispositifs d'écolabels pour les entreprises de tourisme mis en place en Autriche, au Danemark, en Espagne, en France, en Italie, en Lettonie, au Luxembourg, aux Pays-Bas, en Suisse et dans les pays nordiques. Le but est d'améliorer la durabilité du tourisme européen en attirant davantage l'attention sur les labels et en améliorant leurs performances, ainsi qu'en faisant connaître les produits certifiés.

Chaque label porte plus particulièrement sur les impacts environnementaux des établissements (principalement hôteliers). Une norme commune a été convenue. Elle prévoit : un contrôle externe au moins une fois tous les trois ans ; l'exigence, pour toutes les entreprises, de respecter la législation nationale ; l'introduction d'un ensemble d'exigences de performances de base ; l'exigence pour les entreprises de contrôler régulièrement la consommation d'énergie et d'eau, ainsi que le volume de déchets généré par client et par nuitée ; des critères de gestion communs, notamment la formation du personnel ; les questions de transparence et de promotion des dispositifs.

Du côté des activités promotionnelles, un Guide du voyage VISIT a été réalisé en version imprimée et électronique (disponible sur Internet) pour présenter les labels participants et les produits certifiés. Des liens vers les sites des voyageurs ont été créés pour les encourager à présenter leurs produits.

Une association VISIT est chargée de promouvoir les intérêts des membres et de rallier d'autres professionnels. Plusieurs services seront proposés, notamment des études de marché et des comparatifs de performances entre les labels.

De nombreuses entreprises touristiques mènent des actions de soutien direct, ou sont prêtes à le faire, au titre de la responsabilité environnementale et sociale des entreprises. S'il s'agit essentiellement d'une affaire individuelle ou concernant le secteur privé, les gouvernements peuvent néanmoins encourager et susciter les contributions volontaires en :

- instituant, soutenant et faisant connaître des dispositifs appropriés, par exemple la coordination des activités des entreprises et des touristes, comme dans le cas Lake District (encadré 5.19, page 116) ;
- mettant en place des incitations financières, comme les crédits d'impôts, pour les entreprises qui apportent leur concours à cette cause.

Les actions et contributions volontaires peuvent prendre la forme d'une aide financière ou en nature. Les contributions volontaires présentent l'avantage de reposer sur la bonne volonté, l'engagement et la participation active, même s'il est probable qu'elles ne produiront pas autant de revenus qu'une taxe obligatoire.

#### **Encadré 5.18 : Certification pour les plages et les ports de plaisance**

Le label Pavillon Bleu pour les plages et les ports de plaisance a été créé en 1985 par la Fondation pour l'éducation à l'environnement. En 2004, 2 938 plages et ports de plaisance d'Europe, des Caraïbes et d'Afrique du Sud avaient obtenu ce label. Les critères à satisfaire sont notamment :

- la qualité de l'eau, en particulier le respect des normes relatives aux eaux de baignade ;
- l'éducation et la sensibilisation du public à l'environnement, par exemple des procédures pour informer les utilisateurs de la qualité de l'eau et des actions d'interprétation de l'environnement ;
- la gestion environnementale, notamment un plan de développement et d'aménagement de la zone côtière, ainsi que des processus pour le nettoyage et la gestion des plages ;
- la sécurité et les services, par exemple des surveillants ou des équipements appropriés, l'accès au téléphone, etc.

Ce dispositif, qui a pris beaucoup d'ampleur au fil des années, a permis d'améliorer les infrastructures et procédures mises en place. Ses atouts sont notamment : des exigences significatives et concrètes qui ont un rapport évident non seulement avec l'environnement mais aussi avec la qualité de l'offre et la sécurité des visiteurs ; une image forte (le Pavillon bleu proprement dit) ; l'association d'exigences de gestion et d'information/éducation ; l'exigence d'un engagement concret et ferme de la part des collectivités locales et des communautés ; et l'intégration dans la gestion des côtes. Les destinations ont pu apprécier ses avantages, tant en termes d'amélioration des structures d'accueil qu'en termes de réaction des visiteurs et beaucoup ont utilisé cette récompense pour mettre en avant une forte image de marque écologique. L'attribution du pavillon est renouvelée (ou non) chaque saison, après évaluation annuelle.

Le soutien et la promotion de l'initiative par le gouvernement (en particulier les collectivités locales des destinations) sont pour beaucoup dans le succès du label.

Il existe plusieurs exemples de mécanismes impliquant directement les touristes :

- les touristes sont invités à verser des dons à des projets locaux dont l'ampleur peut varier ;
- une taxe modeste que les voyagistes ou les prestataires de services ajoutent sur leurs factures et que les touristes peuvent choisir de ne pas payer. Elle présente l'avantage de la simplicité et essuie généralement peu de refus ;
- une aide en nature des touristes. L'offre croissante de voyages d'agrément ou d'étude avec participation à des projets de conservation ou d'intérêt général en est un exemple ;
- la contribution de touristes à des projets de séquestration du carbone (par ex. de reboisement), pour compenser les effets des émissions de gaz à effet de serre produites par leurs voyages.

Les entreprises de tourisme peuvent fournir des aides financières ou en nature à des projets locaux de conservation ou d'intérêt social. Il existe de nombreux exemples d'aide apportée à des projets de réserve naturelle locale, d'association locale, de services de santé ou d'écoles. Outre les retombées positives considérables pour les bénéficiaires, ces initiatives ont également l'avantage pour les entreprises d'attirer les sympathies des clients. L'aide peut être une participation directe, la création ou la contribution à un fonds d'affectation spéciale. Elle peut être particulièrement bénéfique si les entreprises de tourisme réussissent à instaurer avec les communautés environnantes une relation d'accompagnement durable.

#### **Encadré 5.19 : Un mécanisme structuré pour susciter des contributions volontaires**

Dans le parc national du Lake District, en Angleterre, un partenariat public/privé entre le National Trust (une ONG), la direction du parc national (National Park Authority) et l'office régional du tourisme (Regional Tourist Board) a été créé pour recueillir des contributions volontaires. Appelé Lake District Tourism and Conservation Partnership, il réunit environ 180 entreprises de tourisme qui recueillent des fonds pour la conservation du parc (par ex. l'entretien des sentiers et des caractéristiques du paysage) en sollicitant la contribution volontaire des visiteurs soit par l'ajout d'un petit supplément facultatif sur les factures, soit par un appel aux dons. Les projets bénéficiaires sont souvent spécifiques à chaque membre, ce qui renforce la motivation. Les recettes collectées tournent autour de 300 000 dollars par an.

## **5.5 Instruments de soutien**

### **5.5.1 Mise en place et gestion d'infrastructures**

Si la plupart des outils dont disposent les gouvernements ont pour finalité d'influer sur les actions du secteur privé, la mise en place par le gouvernement (ou ses agents, partenaires ou sous-traitants) de divers services publics et infrastructures doit également être envisagée comme moyen de rendre le tourisme plus durable.

En cas de nécessité d'investir dans de nouvelles infrastructures, il peut être judicieux de partager les coûts entre le secteur public et le secteur privé, par un arbitrage entre le bien public et le profit privé.



### **Questions générales de durabilité associées aux infrastructures et aux services**

L'existence de services de transport, d'eau, d'énergie, d'assainissement, d'élimination des déchets, de télécommunications, de santé et de sécurité est fondamentale pour le bon fonctionnement du secteur du tourisme. Elle est cruciale pour la viabilité économique du tourisme. Leur niveau et leur qualité sont d'importance primordiale pour la viabilité sociale et environnementale. Ces services font en outre partie des conditions que doit créer le gouvernement pour permettre le développement d'une activité touristique plus durable.

Le but recherché, lors de la mise en place d'infrastructures et de services publics, doit être :

- d'en faire profiter la population locale, les entreprises de tourisme et les touristes, en répondant aux besoins de tous ;
- la rentabilité et la durabilité ;
- l'utilisation des meilleures pratiques et technologies, en limitant la consommation de ressources et en assurant un traitement efficace des déchets.

Il est indispensable d'instaurer une planification et une gestion rigoureuses des infrastructures et des services qui prennent pleinement en compte les besoins actuels et potentiels du tourisme, de la population locale et des autres secteurs. S'efforcer de limiter au maximum le gaspillage des ressources doit être un principe fondamental et une priorité. Outre la mise en place d'infrastructures et de services, il est donc également important d'accompagner les professionnels du tourisme dans leur gestion de l'environnement avec les instruments adéquats.

Un contrôle rigoureux des niveaux d'utilisation par le tourisme est crucial pour la planification future et pour éviter la surconsommation. Des dispositifs de contrôle, par ex. des compteurs, doivent être prévus lors de la conception des nouvelles infrastructures et des nouveaux équipements ; des clauses sur l'usage d'indicateurs et de procédures de contrôle doivent être incluses dans les contrats de services avec les fournisseurs et prestataires.

### **Services de transports**

Les transports représentent un domaine d'action publique stratégique extrêmement important pour la durabilité du tourisme. L'activité touristique doit être prise en compte dans toutes les planifications liées aux transports, en se basant sur la situation actuelle et les prévisions d'affluence des visiteurs. Le conflit potentiel entre la volonté d'améliorer l'accès aux destinations touristiques pour des raisons économiques et la nécessité de réduire les émissions des transports aériens et de la circulation automobile a déjà été évoqué. Une ligne d'action générale consiste à améliorer l'accès aux destinations et les déplacements sur place par des moyens de transport moins polluants et à réguler la circulation des touristes de façon à limiter les embouteillages et les impacts négatifs sur les communautés et l'environnement.

Beaucoup d'instruments présentés dans cet ouvrage peuvent être utilisés pour gérer les transports, notamment des instruments économiques, le marketing et l'information (§ 5.5.3). Mais il est clair que la mise en place d'infrastructures de transport et de services de transports publics est en soi un domaine d'action majeur.

Exemples d'initiatives concernant les infrastructures physiques :

- amélioration de l'accès aux localités quand la viabilité de l'activité touristique est en jeu ;
- évaluation rigoureuse de l'impact environnemental, social et économique de tout nouveau projet d'infrastructure de transport, en particulier la construction de nouvelles routes, la création/extension d'un port ou d'un aéroport ;
- limitation de la capacité des routes et des parcs de stationnement pour décourager l'usage abusif de la voiture ;
- développement de projets combinant voiture et transports en commun dans les régions touristiques très fréquentées ;
- développement des sentiers pédestres et des voies cyclables pour les touristes ;
- extension des zones piétonnes dans les villes ;
- adoption de mesures de modération de la circulation et de systèmes de voies réservées pour encourager l'usage des transports en commun ;
- mesures pour réduire la pollution sonore des routes, aéroports, etc. ;
- planification rigoureuse de la signalisation pour gérer efficacement la circulation et les visiteurs, tout en évitant les concentrations de panneaux disgracieux et confus.

#### **Encadré 5.20 : Développement intégré de l'offre de transports en commun**

Les niveaux élevés de trafic touristique et de trafic de transit sont responsables de problèmes majeurs d'embouteillages et de pollution dans les vallées étroites des Alpes. En 1997, les ministères autrichiens du tourisme, des transports et de l'environnement ont élaboré un projet baptisé « Mobilité durable – pour un tourisme sans voiture », avec des fonds de l'Union européenne. Lancé au départ sur deux stations touristiques pilotes des Alpes, il a été par la suite élargi et transformé en projet de mobilité alpine (Alps Mobility) avec pour finalité de montrer qu'il est possible de promouvoir des vacances dans les Alpes avec des moyens de transport sans danger pour l'environnement.

Différentes initiatives ont été prises par les localités participant au projet, notamment un travail considérable mené conjointement par des organismes publics, des opérateurs de transport, des voyagistes et d'autres acteurs. Une grosse part du projet a été consacrée à la fourniture d'informations coordonnées et à l'élaboration d'une politique marketing et d'une offre créative d'accès à la région et de circulation à l'intérieur de celle-ci par les transports en commun. Mais le projet a également montré qu'il était important d'améliorer les infrastructures et les services de transport. Voici quelques exemples :

- production et location de voitures et scooters électriques « zéro émissions », et mise en place de bornes de recharge solaires ;
- élaboration et coordination des itinéraires d'autobus, avec visibilité et conception améliorées des arrêts et des panneaux d'information ;
- mise en place de systèmes de réservation et de transfert des bagages ;
- extension des aires piétonnes et des zones interdites aux voitures.

La localité de Werfenweng, l'un des projets pilotes, a vu la proportion de touristes arrivant en train passer de 9 à 25 %. Elle a également constaté une réduction des émissions de CO<sub>2</sub> estimée à 375 tonnes par saison hivernale, soit 15 % de moins que la tendance générale.

L'encadré 5.20 présente un exemple de développement intégré des transports. Il existe différents moyens de rendre les transports en commun plus attractifs pour les touristes, notamment :

- l'intégration des horaires et de la billettique des différents moyens de transport ;
- l'ajustement des horaires en fonction des déplacements des visiteurs ;
- la planification des trajets en tenant compte de la localisation des structures d'hébergement et des attractions touristiques.
- la mise en place de services de prise en charge des bagages ;
- des systèmes efficaces de covoiturage et de partage des taxis ;
- l'extension et le soutien aux services de transport en commun sur certains itinéraires intéressants les touristes ;
- l'amélioration et le développement de l'information et des systèmes de billettique ;
- l'amélioration de la qualité, de la sécurité et de la sûreté des transports en commun.

Le transport des touristes peut être rendu plus durable par l'emploi de meilleures technologies. Les gouvernements peuvent y contribuer en soutenant les efforts de recherche et développement dans ce domaine, en investissant et en optant pour des systèmes de transport modernes utilisant ces technologies.

### **Services d'utilité publique**

La fourniture de services d'utilité publique exige une planification particulièrement rigoureuse dans les destinations touristiques, en particulier quand les ressources naturelles sont rares.

- Eau : la fourniture et la gestion de l'eau est un problème majeur pour de nombreuses destinations touristiques, tant en termes de qualité que de quantité. Augmenter l'offre ou introduire de nouvelles sources d'approvisionnement (usines de dessalement d'eau de mer, par ex.) est souvent une solution coûteuse qui a des conséquences environnementales. Une gestion équitable de l'eau est primordiale : si l'eau est rationnée, les intérêts des entreprises de tourisme ne doivent pas être privilégiés au détriment de ceux de la population locale.
- Énergie : dans certains cas, l'énergie (pour la production d'électricité et de chaleur) peut être fournie par des sources locales. Les sources d'énergie renouvelables doivent être privilégiées en faisant attention à l'impact des infrastructures correspondantes sur le paysage (par ex. choix du lieu d'implantation d'éoliennes, de pylônes et de centrales hydrauliques).
- Déchets solides : les infrastructures, les systèmes de collecte et de gestion doivent permettre de trier et de recycler les déchets. Dans certains pays, les entreprises de tourisme seraient prêtes à recycler leurs déchets mais les municipalités ne fournissent pas l'accès nécessaire aux systèmes de collecte et de traitement. Il faut également se préoccuper de la collecte des débris, de la propreté et de l'entretien des espaces publics, tels que parcs et plages (voir l'encadré 5.21, page 120).
- Assainissement : dans la mesure du possible, les entreprises de tourisme doivent se raccorder à des systèmes d'assainissement efficaces ayant une capacité suffisante pour absorber les flux d'eaux usées pendant les périodes de grande affluence touristique. L'emplacement des points de rejet doit être soigneusement choisi, à bonne distance des plages et autres zones sensibles. Les gouvernements doivent aussi proposer des solutions de traitement des eaux usées pour les installations

*Le programme innovant de gestion des déchets entrepris à Kaikoura (Nouvelle-Zélande) par les collectivités locales en partenariat avec une association locale est un bon exemple de service de gestion des déchets soucieux de conservation et de réutilisation imaginative des déchets (voir les Études de cas, p. 169).*



touristiques qui ne peuvent être raccordées au réseau public d'égouts.

- Télécommunications : des services efficaces de télécommunications, notamment des liens avec les technologies de l'information, sont très importants pour l'accès au marché et la viabilité économique. L'implantation des infrastructures associées doit être soigneusement étudiée pour limiter le plus possible les impacts sur les paysages sensibles.

### **Sécurité et services d'urgence**

La sûreté et la sécurité sont des questions de plus en plus importantes pour l'image et les performances des destinations. Il faut se préoccuper des niveaux de surveillance policière et de la fourniture d'autres services d'urgence, comme les services sanitaires et de lutte contre l'incendie. Ceux qui fournissent ces services doivent être régulièrement en contact avec les chefs d'entreprises touristiques et les organismes du secteur. Il est essentiel qu'ils soient capables de répondre aux besoins des visiteurs. Certaines destinations ont des dispositifs d'aide aux touristes et des lignes téléphoniques spéciales. Des unités policières spécifiques ont été instituées pour les touristes dans certains pays.

Les systèmes d'intervention d'urgence dans des situations telles que crises sanitaires, terrorisme et catastrophes industrielles, y compris les alertes, doivent être bien rodés. Cela passe le cas échéant par la fourniture de plans d'évacuation.

### **5.5.2 Renforcement des capacités**

Le renforcement des capacités consiste à développer les possibilités et la capacité des acteurs de prendre et mettre en œuvre des décisions favorisant un tourisme plus durable en développant leur compréhension, leurs connaissances, leur confiance et leurs compétences.

#### **Encadré 5.21 : Travail collaboratif sur les déchets**

Dans la station balnéaire de Side, en Turquie, un atelier organisé par l'Initiative des voyageurs avec la participation des collectivités locales, d'ONG et de représentants du secteur privé, a montré que la gestion des déchets était une priorité urgente pour la durabilité du tourisme dans la région.

Plusieurs activités ont été engagées par la municipalité et l'association touristique, avec l'aide du PNUE et d'autres organismes, notamment :

- la mise en place d'un système de tri des déchets en utilisant les véhicules utilitaires des hôtels et autres entreprises ;
- un système de collecte des piles usagées ;
- des conteneurs de collecte sélective des déchets dans la ville pour les touristes et les résidents ;
- des stages de formation sur la gestion des déchets solides pour le personnel des hôtels et des restaurants, ainsi que pour les fonctionnaires municipaux ;
- la création d'une nouvelle décharge dans un endroit approprié.

Plus de 100 hôtels et tous les magasins et restaurants locaux participent au système de tri des déchets.

### ***Les avantages et le rôle du renforcement des capacités***

Le développement des capacités comme moyen de renforcer la durabilité du tourisme présente de nombreux avantages. Direct et précis, il peut cibler les acteurs ou les situations qui appellent un changement ou qui offrent des chances de succès. Il a aussi l'avantage de permettre une adhésion potentielle plus large au principe de durabilité dans le secteur du tourisme et donc de procurer des avantages à long terme. Enfin, c'est un instrument flexible qui peut être modifié à tout moment. Mais il peut aussi prendre du temps et nécessiter un personnel qualifié. Obtenir la participation des entreprises de tourisme est en outre un problème non négligeable.

Le développement des capacités est particulièrement important pour renforcer l'efficacité des autres outils présentés dans cet ouvrage, par exemple les instruments économiques, la certification et la réglementation relative à la planification : il y attire l'attention et indique comment les respecter.

Le renforcement des capacités pour un tourisme plus durable cible en général :

- les entreprises touristiques : plus particulièrement les microentreprises et les PME dont les capacités professionnelles sont généralement plus limitées que celles des grandes entreprises et qui ont davantage besoin d'aide ;
- les communautés locales ou des groupes plus spécifiques d'acteurs locaux ;
- les organisations et institutions, notamment des administrations publiques et des ONG.

Autrefois, le renforcement des capacités dans le secteur du tourisme concernait principalement les performances commerciales, la compétitivité et la qualité. Une démarche de tourisme durable ajoutera à ces préoccupations d'autres priorités comme la gestion des ressources humaines, les chaînes d'approvisionnement et l'environnement. En termes de méthode, elle insistera sur une approche intégrée, encourageant les entreprises et les communautés à travailler ensemble.

### ***Le rôle du gouvernement dans le renforcement des capacités***

Les gouvernements nationaux et locaux peuvent jouer un rôle direct dans les activités de renforcement des capacités ou bien apporter une aide financière, technique ou politique à des organismes qui se chargeront de cette tâche. Le renforcement des capacités est souvent un volet majeur des projets d'aide au développement durable, lesquels associent généralement plusieurs organismes dont l'État. Cette aide n'est pas nécessairement financière : les gouvernements sont souvent bien placés pour jouer un rôle de facilitateur.

Les gouvernements ont un rôle particulièrement important à jouer dans le domaine de la recherche, notamment en lançant et soutenant des programmes dont les résultats pourront être utilisés pour renforcer les capacités, en diffusant les bonnes pratiques et en créant des réseaux d'acteurs.

Dans de nombreux pays, les gouvernements peuvent fournir ou financer des institutions jouant un rôle de premier plan dans le renforcement des capacités, par exemple des instituts de recherche, des services de conseil et des établissements de formation (voir l'encadré 5.22, page 122).

### **Renforcement des capacités des entreprises**

Une partie importante du processus de renforcement des capacités consiste à aider les entreprises à rendre leurs activités plus durables. Les techniques employées sont notamment :

- des conseils directs : plusieurs gouvernements proposent des services de conseils aux petites entreprises qui peuvent aussi bénéficier de l'aide de donateurs. Donner des conseils techniques sur la gestion de l'environnement et d'autres questions de durabilité s'est avéré l'un des meilleurs moyens de faire changer les choses. Le conseil peut aussi être intégré dans le processus de certification évoqué plus haut. Il est souvent difficile d'amener les entreprises à rechercher d'abord des conseils sur la durabilité. C'est pourquoi un public plus large pourra être touché en intégrant le développement durable dans le cadre plus général du conseil en développement commercial et en marketing.
- l'organisation de stages de formation et d'ateliers : ils peuvent couvrir les aspects

#### **Encadré 5.22 : Un organisme public développe les compétences en matière de tourisme durable**

En France, les services techniques relatifs au tourisme sont assurés par Observation, Développement et Ingénierie Touristiques (ODIT France), un groupement d'intérêt public placé sous l'autorité du ministre chargé du Tourisme. Les organisations membres d'ODIT sont des ministères, des chambres de commerce, des organisations représentant le secteur privé, des offices de tourisme régionaux et locaux et de nombreux autres organismes intervenant dans le secteur du tourisme.

Le rôle d'ODIT France est d'améliorer les performances du tourisme en France, notamment sa compétitivité, son accessibilité à tous et la durabilité de son développement. L'une de ses fonctions premières est le renforcement des capacités, ainsi que le développement et le partage des connaissances et compétences techniques.

Au lieu d'imposer des solutions centralisées, ODIT France travaille avec les destinations et des réseaux d'entreprises au niveau local, apportant son expertise technique, développant et testant des idées par la consultation et l'observation, puis diffusant les résultats. Un travail a notamment été réalisé avec un groupe de destinations qui ont expérimenté une démarche de tourisme durable basée sur un certain nombre d'indicateurs de durabilité.

ODIT France a édité des guides de bonnes pratiques et des ouvrages de conseils notamment sur les transports durables, la gestion des sites naturels et l'écotourisme. ODIT France aide également les destinations et certaines entreprises qui souhaitent développer une démarche durable à nouer des contacts, profiter de l'expérience des autres et s'associer avec d'autres à la promotion de plusieurs thèmes - notamment les grands sites du patrimoine, les gîtes ruraux et les agences de tourisme extérieur.

ODIT France a été créé en janvier 2005 par fusion de l'AFIT (Agence Française de l'Ingénierie Touristique) avec deux autres organismes : l'ONT (Observatoire National du Tourisme) et le SEATM (Service d'Études et d'Aménagement Touristique de la Montagne).

pertinents de la gestion de l'entreprise et de l'environnement. Des stages de formation, avec excursions de reconnaissance, peuvent aussi être proposés pour sensibiliser davantage les entreprises aux qualités et fragilités du patrimoine naturel et culturel local auxquelles ils sensibiliseront à leur tour leurs clients ;

- la publication de manuels guides : plusieurs pays et projets ont publié à l'intention des entreprises des manuels sur la durabilité qui donnent des listes d'organismes/ personnes à contacter pour obtenir davantage de détails (voir l'encadré 5.23). C'est un bon moyen de toucher un public relativement large ; mais il sera sans doute encore plus efficace associé à une formation et à d'autres instruments.

Sensibiliser le personnel et développer ses compétences doit être envisagé, notamment dans les grandes entreprises, comme s'inscrivant dans la démarche de renforcement des capacités. Celle-ci concerne en effet de nombreux aspects du programme de durabilité, notamment la qualité des emplois et les niveaux de performance. Nous attirons l'attention sur deux points particuliers, à savoir :

- la nécessité de s'assurer que la formation est conçue de telle façon qu'elle soit accessible à tous, quel que soit le niveau d'instruction ;
- la possibilité de former certaines personnes sur certains aspects de la gestion dans une perspective de durabilité.

### **Développer les réseaux et les domaines d'apprentissage**

Encourager et aider les entreprises à travailler ensemble, en groupes ou en réseau, est l'un des meilleurs moyens d'obtenir une plus grande participation au renforcement des capacités et d'augmenter au fil du temps les chances d'adoption de bonnes pratiques. Les réseaux

#### **Encadré 5.23 : Des outils de renforcement des capacités bénéfiques pour les entreprises**

En Angleterre, les administrations publiques responsables de l'environnement rural et du tourisme se sont associées pour produire un « kit d'audit vert » à l'intention des entreprises de tourisme. Il s'agit d'un manuel pratique sur la gestion de l'environnement qui donne des conseils techniques et incite les entreprises à agir en apportant la preuve de bénéfices spécifiques (par ex. des économies de coûts) et de rattacher ces actions à des fonctions et objectifs plus larges comme le marketing et la qualité des prestations proposées au client. Le kit a été distribué sur demande ce qui a limité sa diffusion. L'impact sur ceux qui l'ont reçu a toutefois été extrêmement positif : 66 % ont pris des mesures après l'avoir lu.

Ce manuel s'étant avéré insuffisant pour atteindre l'objectif visé, les offices de tourisme ont mis au point à l'intention des entreprises un stage de formation d'une journée, appelé « The Green Advantage » qui donne lieu à la délivrance d'une attestation. Il s'agit d'une formation thématique appelée « Welcome Host » qui comprend également un volet assistance à la clientèle. Un certain nombre d'entreprises qui ont travaillé avec le kit et suivi la formation font aujourd'hui pression pour obtenir une reconnaissance par une certification qui n'existe pas encore en Angleterre. Beaucoup de ces entreprises trouvent également que les collectivités locales ne les soutiennent pas suffisamment, par exemple en ne fournissant pas d'infrastructures de recyclage.

1. Le programme Business Ready Programme for Indigenous



*Tourism de l'Australie est destiné à aider les entreprises de tourisme autochtones à acquérir les compétences nécessaires pour créer et exploiter des activités touristiques commercialement viables (voir les Études de cas, p. 130).*

2. Le développement de l'écotourisme et le marketing sont un élément clé de la Stratégie nationale d'écotourisme de la Bulgarie (voir les Études de cas, p. 135).

3. En Afrique du Sud, l'accent est mis sur la formation professionnelle. Un cadre national de qualifications a été institué pour encourager le développement des investissements des employeurs dans la formation (voir les Études de cas, p. 174).

En Afrique du Sud, des programmes



*ont été mis au point pour permettre aux employés qui n'ont pas reçu de formation de type scolaire de bénéficier d'une formation sur le terrain et d'une évaluation en cours d'emploi débouchant sur une qualification, au lieu d'une formation professionnelle avec examen écrit (voir les Études de cas, p. 174).*

En Égypte, les hôtels nomment des responsables



*« Environnement » qui bénéficient d'une formation sanctionnée par un certificat (voir les Études de cas, p. 156).*

peuvent renforcer la capacité des entreprises pour aborder les problèmes de durabilité. Les réseaux peuvent être géographiques ou thématiques ; ils peuvent être rattachés à des structures en place, par exemple des associations de touristes. Ils offrent l'avantage de favoriser l'adoption de normes communes, le soutien mutuel et la pression entre membres (voir l'encadré 5.24).

Le concept de « domaine d'apprentissage » est une extension du travail en réseau. Autrefois, la formation dans le domaine du tourisme était considérée comme un processus à sens unique au cours duquel des personnes ou des entreprises étaient formées par des organismes de formation. Mais de nouvelles approches apparaissent qui mettent l'accent sur des procédés plus dynamiques, bidirectionnels et en constante évolution, basés sur le concept d'apprentissage permanent.

Un « domaine d'apprentissage touristique » relie les acteurs d'une destination (ou d'un domaine thématique) pour qu'ils travaillent ensemble et améliorent leurs performances individuelles ainsi que la qualité et la durabilité du tourisme par le développement et le partage des compétences, des connaissances et des expériences. Tous les organismes publics et les entreprises privées font partie du domaine d'apprentissage, y compris les bénéficiaires et les dispensateurs de la formation. Le but de l'approche basée sur le domaine d'apprentissage est de faire en sorte que les processus de renforcement des capacités soient mis au point avec les entreprises et adaptés à leurs besoins, tout en

#### **Encadré 5.24 : Renforcement des capacités débouchant sur des initiatives privées et publiques**

En Jamaïque, le projet Environmental Audits for Sustainable Tourism (EAST) financé par USAID a pour principal partenaire la Jamaica Hotel and Tourist Association (JHTA) et bénéficie du soutien du ministère de l'industrie et du tourisme. Le but principal est d'améliorer la gestion environnementale des hôtels par des services de conseils et des formations qui débouchent sur des audits de consommations d'énergie, d'eau et de produits chimiques, de production et d'élimination des eaux usées et des déchets solides, ainsi que des pratiques en matière de gestion et de personnel. Les hôtels qui ont participé au projet ont affiché des économies de coûts et des bénéfices environnementaux considérables. Un protocole spécial d'évaluation environnementale a été mis au point pour répondre aux besoins des petits hôtels.

La collaboration de la JHTA, qui a assuré la promotion du projet et diffusé les résultats auprès de ses membres, a été un facteur majeur pour susciter l'intérêt du secteur privé pour la gestion environnementale. Le programme a également amené le gouvernement à formuler une politique nationale de gestion environnementale afin d'inciter toutes les entreprises à mettre en place des programmes environnementaux.

La collaboration du projet EAST avec l'entreprise publique Tourism Product Development Company pour intégrer les pratiques environnementales dans les normes hôtelières et les procédures de contrôle constituent un autre exemple d'application des enseignements tirés du projet. Enfin, le projet s'est également associé à des établissements de formation pour introduire les meilleures pratiques environnementales dans les cursus de formation hôtelière.



instituant la coopération et en réduisant les doubles-emplois entre les organismes de formation. Un portail Internet serait crucial pour définir le domaine d'apprentissage et faciliter la communication à l'intérieur de celui-ci.

### **Renforcement des capacités des communautés locales**

Le renforcement des capacités des communautés locales est une composante majeure du développement durable du tourisme pour permettre à ces communautés, entre autres

#### **Encadré 5.25 : Utilisation de processus participatifs avec les communautés**

Au Népal, le Tourism for Rural Poverty Alleviation Programme (TRPAP) est un programme du gouvernement financé par plusieurs organismes internationaux et mis en œuvre en partenariat avec le Département des parcs nationaux et de la conservation de la nature et l'Office de tourisme népalais. Il a pour objectif de faire la démonstration de modèles et mécanismes institutionnels pour un développement durable du tourisme. Il est mis en œuvre dans six districts où la pauvreté est un problème majeur et le potentiel touristique intéressant.

L'une des composantes clés du programme est le renforcement des capacités au niveau le plus proche du terrain. Dans un premier temps, des programmes de sensibilisation au tourisme et à l'environnement ont permis d'intéresser les membres des communautés, adultes et enfants scolarisés compris, aux problématiques du tourisme durable et ont débouché sur quelques activités simples telles que des actions d'assainissement de l'environnement. À partir de là, un processus d'évaluation et de planification a été engagé au sein de chaque communauté en utilisant diverses techniques, notamment la planification et l'action participatives par analyse positive (Appreciative Participatory Planning and Action). Elle consiste, pour les participants, à franchir les cinq étapes suivantes :

- Découvrir—ce dont vous êtes fiers et apprécier ce que vous avez
- Rêver—de ce qui pourrait être et créer une image positive du futur que vous souhaitez
- Diriger—ramener le rêve à des proportions réalisables
- Concevoir—traduire le rêve en plans d'action concrètes
- Accomplir—le rêve et préparer l'avenir.

Cette méthode a permis une forte adhésion des communautés locales aux activités mises en place par la suite.

Des formations pour développer des compétences spécifiques ont été dispensées, par exemple pour les guides et les cuisiniers, ainsi que pour la production de différents objets d'artisanat.

Le programme a pris conscience de la nécessité de mettre en place des structures pour faire progresser le tourisme durable au sein des communautés et des institutions existantes. Il a donc créé des Comités de développement du tourisme durable dans les villages, des services de développement du tourisme durable au niveau des collectivités locales (districts) et une Unité de développement du tourisme durable au sein de l'Office de tourisme népalais.



*En Australie, un programme gouvernemental offre une panoplie d'aides au développement du tourisme dans les communautés autochtones, notamment pour conclure des alliances avec l'industrie touristique classique (voir les Études de cas, p. 140).*



*Au Ghana, des agences internationales et des instances gouvernementales nationales ont participé au renforcement des capacités de certaines communautés, les aidant à se prononcer sur la durabilité potentielle de programmes de tourisme communautaires basés sur le patrimoine naturel et culturel et à décider de la façon dont les bénéfices seront distribués (voir les Études de cas, p. 161).*

objectifs, de prendre en main leur destin. Mais cela prend du temps. Il faut faire très attention à la façon de procéder et l'envisager comme un moyen d'aider les communautés et non l'imposer comme une norme. Dans plusieurs domaines, des accords de partenariat entre des entreprises privées et des communautés locales ont donné de très bons résultats.

Dans un premier temps, il faut faciliter l'élaboration d'une vision commune et aider à l'évaluation réaliste des possibilités et des impacts. La question de l'implication de la communauté (par opposition à l'individu) en termes d'activité et de l'appropriation (qui varie considérablement d'un type de société à l'autre) doit également être abordée très tôt, de même que les questions d'équité sociale telles que l'égalité des sexes. Il existe dans le monde beaucoup de projets qui ont l'expérience du travail avec les communautés locales en matière de renforcement des capacités dans le domaine du tourisme durable (voir l'encadré Box 5.25, page 125).

Dans un deuxième temps, il faut aider les communautés locales à acquérir des connaissances et des compétences dans certains domaines comme : l'assistance au client, le marketing, la gestion environnementale, l'accompagnement de groupes, les techniques commerciales, le travail et la négociation avec des opérateurs commerciaux, la création de chaînes d'approvisionnement locales, l'apprentissage des langues étrangères, le suivi des impacts et des performances.

### **Renforcement institutionnel**

Le renforcement des capacités pour un tourisme plus durable concerne aussi les ministères publics à tous les niveaux et leurs services. Le renforcement institutionnel en termes de structures et de types de relations a été abordé au chapitre 3. Mais, dans de nombreux pays, il faut également renforcer la prise de conscience et la connaissance de la problématique de durabilité du tourisme. Les approches et les besoins sont divers :

#### **Encadré 5.26 : Assistance régionale au renforcement des capacités**

En Amérique latine, l'Organisation internationale du Travail (OIT) a soutenu un programme appelé REDTURS qui avait pour objet d'aider les petites entreprises et les entreprises locales à prospérer et à se développer. Initialement limité à la Bolivie, à l'Équateur et au Pérou, il a été élargi à d'autres pays de la région. Au niveau individuel, il consiste à développer et mettre en œuvre des services de création d'entreprises. Au niveau intermédiaire, des services sont offerts à des associations locales et aux municipalités rurales. Une aide à la création de grappes et de réseaux d'entreprises de tourisme est fournie et les compétences techniques des collectivités locales ont été développées. A un niveau plus général, des organisations nationales sont renforcées pour améliorer leur rôle de représentation, de négociation et de défense auprès des institutions État et autres acteurs.

Pour ce travail, les technologies de l'information ont été largement utilisées : elles font partie intégrante de la formation et sont vitales pour la diffusion de nombreuses informations et exemples de bonnes pratiques. Elles sont également cruciales pour l'autre partie du programme, à savoir le développement d'outils marketing.

- développer des capacités de base (en termes de connaissances, de compétences et de ressources) à tous les niveaux ;
- sensibiliser la classe politique et obtenir son soutien ;
- doter les institutions de compétences techniques.

Le renforcement institutionnel peut aussi avoir son importance pour d'autres organismes. Par exemple, les ONG qui travaillent dans le domaine de la gestion environnementale ou du développement local peuvent jouer un rôle très important en orientant le tourisme vers les objectifs de durabilité, mais elles peuvent aussi manquer de connaissance concrète du tourisme (voir l'encadré 5.26).

### ***Diffuser et partager les connaissances et les bonnes pratiques***

Pour stimuler le renforcement des capacités, les gouvernements doivent soutenir l'enseignement et la recherche dans le domaine du tourisme durable ainsi que la diffusion des bonnes pratiques. Pour cela ils peuvent :

- intégrer les questions de développement durable dans les formations touristiques. Les cours universitaires et professionnels sur le tourisme doivent inclure dans leur programme la problématique de durabilité. Les cours dans les domaines connexes, par exemple la gestion environnementale et le développement durable, doivent aborder le rôle du tourisme ;

#### **Encadré 5.27 : Promotion des réseaux de tourisme local**

Plusieurs pays en développement, notamment le Kirghizstan, la Namibie, la Tanzanie et l'Ouganda, ont créé des réseaux de projets touristiques locaux, en partie pour s'apporter un soutien mutuel et renforcer leurs capacités, et en partie pour assurer une promotion commune. La permanence de la qualité, la satisfaction des visiteurs et le respect des principes du développement durable sont importants pour maintenir les valeurs de la marque promue et il appartient aux membres et aux coordinateurs des réseaux d'y veiller.

La plupart des réseaux offrent un choix d'hébergements de base tels que camping ou logement chez l'habitant, des visites de villages, des programmes culturels, des promenades guidées, des spécialités culinaires et des objets d'artisanat local. Au moins une partie des recettes est dépensée au profit de l'ensemble de la communauté et les projets peuvent être fondés sur différents groupes de la communautés.

Nombre de ces réseaux ont été créés avec l'assistance d'organismes d'aide au développement. Même s'ils visent l'autosuffisance, le soutien marketing du gouvernement peut être très utile pour eux.

En Tanzanie, le Programme de tourisme culturel qui propose des visites de villages tribaux a été élaboré par l'organisation d'aide au développement néerlandaise SNV, mais sa gestion a été confiée à l'Office tanzanien du tourisme, dès l'origine partenaire du programme. Celui-ci assure la publicité et l'aide au marketing et héberge notamment le système d'information et de réservation au Centre d'information touristique d'Arusha qui sert de point de contact avec les communautés.

*Au Ghana, il est devenu clair que pour réussir, il fallait informer tous les ministères des possibilités et problèmes du tourisme durable, renforcer la capacité des principales agences (comme l'office de tourisme) de soutenir le projet et d'associer les administrations du district (voir les Études de cas, p. 161).*



*A Calvià, la principale exigence n'était pas tant une question de capacité technique que la nécessité d'obtenir un soutien politique et de familiariser la classe politique avec le processus d'Agenda 21 local (voir les Études de cas, p. 179).*



*En Égypte, une unité de surveillance de l'environnement a été créée au sein de l'Autorité de développement touristique (voir les Études de cas, p. 156).*





*Le site Internet et le bulletin d'information d'utilité pratique du Tourism and Environment Forum écossais sont de bons exemples de communication attrayante et informative (voir les Études de cas, p. 184).*



*Les conférences internationales et les voyages d'étude organisés par la Red Sea Initiative égyptienne ont eu une influence majeure sur la nouvelle orientation du pays (voir les Études de cas, p. 156).*

- soutenir et diffuser les travaux de recherche et d'information. Il peut être onéreux pour certains projets, entreprises ou communautés d'acquiescer des informations ou d'accéder aux données. Il faut soutenir la recherche et partager ensuite ses résultats. Cela signifie notamment se tenir au courant des études et connaissances internationales. Les sujets les plus pertinents sont notamment la recherche en marketing, les méthodes de gestion et l'application de la technologie ;
- reconnaître et diffuser les bonnes pratiques. Certains pays et organismes internationaux recourent à des systèmes de récompense pour attirer l'attention sur les bonnes pratiques de tourisme durable. Différentes techniques de diffusion peuvent être employées ;
- encourager les voyages d'étude et autres échanges. On insiste souvent sur l'intérêt des enseignements que l'on peut tirer de l'expérience de destinations ou initiatives similaires dans le même pays ou à l'étranger.

### 5.5.3 Marketing et services d'information

Le marketing des pays ou destinations et la diffusion d'informations aux visiteurs sont des fonctions traditionnelles des administrations publiques nationales et locales ; elles sont le plus souvent assurées par un office du tourisme national ou régional, ou encore par les collectivités locales. Depuis quelques années, de nombreux pays optent pour une démarche de partenariat entre le public et le privé pour assurer ces fonctions, éventuellement par l'intermédiaire d'une organisation indépendante financée par les deux secteurs. Même si les gouvernements ne participent pas directement à l'activité marketing de la destination ou à la diffusion de services d'information, ils ont souvent les moyens de les influencer.

#### ***Le marketing et les services d'information comme moyens d'influer sur le développement durable***

Le marketing et les services d'information sont des outils directs, puissants et flexibles que l'on peut utiliser pour influencer sur les performances de différents types d'entreprises et le comportement des touristes, en créant un lien de communication essentiel entre les destinations, les produits et les visiteurs<sup>7</sup>.

On peut utiliser ces outils seuls. Mais ils sont également très utiles, voire souvent indispensables, pour soutenir d'autres outils comme les instruments économiques, les directives et la certification.

Les fonctions premières de ces outils pour rendre le tourisme plus durable sont :

- de faciliter l'accès au marché : l'importance vitale de l'accès au marché pour la viabilité économique est réelle pour tous les types de tourisme, mais les petites entreprises ou les initiatives de tourisme locales, en raison de leurs ressources limitées pour le marketing, peuvent avoir besoin d'une attention particulière de la part des gouvernements ;
- de promouvoir des formes particulières de tourisme ou des produits spécifiques plus durables que d'autres. Ils peuvent renforcer la durabilité de deux façons en :
  - attirant l'attention sur ces produits et leurs performances et en encourageant leur utilisation ;
  - servant d'incitation concrète. Réserver certaines possibilités promotionnelles aux entreprises qui répondent à certains critères peut être pour toutes les entreprises une incitation puissante à devenir plus durables ;

- d'influencer le comportement des visiteurs en les informant des questions de développement durable, en les encourageant à choisir certains types d'activité au détriment d'autres.

### ***Marketing stratégique lié aux objectifs de durabilité***

L'ampleur et la forme de l'activité marketing doivent refléter les décisions stratégiques relatives au volume, au type et à la localisation du tourisme recherché. Les priorités stratégiques communes à de nombreuses destinations qui peuvent être relayées par le marketing et l'information sont notamment :

- la promotion auprès de marchés ciblés en fonction des objectifs de durabilité ;
- la réduction du caractère saisonnier de l'activité touristique par la promotion d'images et d'offres hors saison ;
- la promotion d'autres destinations, ce qui permet de répartir les bénéfices et les charges ;
- la maximisation de la valeur retenue sur place en augmentant les dépenses par visiteur et la durée des séjours ;
- la promotion de l'utilisation de modes de transport plus durables.

Les implications de la durabilité pour une activité stratégique de marketing et d'information sont présentées ci-après.

### ***Communiquer des images et des informations exactes***

Le succès du marketing des destinations est en partie conditionné par l'élaboration et la promotion d'une image de marque claire, basée sur les valeurs essentielles de la destination. Pour favoriser la durabilité, la marque et les images associées (y compris les photos et le texte) doivent :

- être suffisamment fortes pour attirer l'attention et susciter un regain d'intérêt ;
- être suffisamment typiques pour différencier la destination des autres ;
- correspondre aux valeurs des marchés cibles de la destination ;
- être authentiques, c'est-à-dire représenter ce que les visiteurs trouveront réellement ;
- éviter les stéréotypes et les images qui peuvent être dégradantes pour les communautés locales et leurs valeurs.

L'encadré 5.27 (page 127) donne un exemple de réseaux de tourisme local s'associant pour promouvoir une image commune.

Certaines destinations s'efforcent de traduire les concepts du développement durable (comme la propreté de l'environnement et la participation des communautés) dans leur image de marque. Cela peut être utile pour attirer dès le départ l'attention des visiteurs sur cette problématique, mais seulement si les conditions susmentionnées sont remplies. Employer des images de durabilité « fabriquées » peut faire plus de mal que de bien.

Quelle que soit leur image de marque, toutes les destinations doivent fournir aux visiteurs des informations exactes et suffisamment détaillées avant et pendant leur voyage, pour leur permettre de faire des choix éclairés et encourager un comportement responsable. Ces informations doivent concerner la destination au sens large ainsi que des lieux, communautés et sites particuliers. Elles doivent couvrir :

- le milieu naturel, notamment ses propriétés particulières et sa sensibilité à certaines activités ;
- l'histoire, le patrimoine culturel et les traditions du lieu, avec les implications en termes d'intérêt pour les visiteurs et de leurs comportements ;
- la situation économique et sociale actuelle et les implications quant à la manière de traiter les gens ;
- des informations sur l'hygiène et la sécurité à l'intention des visiteurs.

Dans certains cas, il sera judicieux de produire et de diffuser des directives ou codes spécifiques pour les visiteurs.

Les offices du tourisme et les collectivités locales peuvent avoir une grande influence à travers leurs propres activités promotionnelles, leurs documents d'information et leurs sites Internet. Pour être efficaces, ils doivent travailler avec les voyageurs étrangers et internationaux mais aussi avec les médias spécialisés dans les voyages (notamment les éditeurs de guides) pour diffuser ces informations.

### **Promotion de produits et séjours spécifiques**

Les activités promotionnelles et les services d'information peuvent faire de la publicité pour les produits et services les plus directement liés aux objectifs de durabilité. Ce sont, par exemple, les entreprises appliquant des bonnes pratiques (éventuellement identifiées par une certification), des formes particulières de tourisme respectueux de l'environnement comme le vélo ou la marche, ou des projets de tourisme local spécialement mis au point pour lutter contre la pauvreté. On distingue trois approches importantes qui ne s'excluent pas mutuellement :

- l'identification dans le cadre de la promotion classique. Un principe clé est ici à respecter : les messages marketing relatifs à la durabilité et aux produits associés ne doivent pas être traités comme une composante isolée du marketing de la destination, mais être mis en valeur dans le cadre des promotions classiques. Cela suppose que les informations correspondantes, y compris des articles sur des types particuliers de produits ou les autres modes de transport possibles, figurent dans le guide et sur le site Internet de la destination principale. Un exemple typique en est l'indication des écolabels dans les listes d'hébergements officiels ;
- l'élaboration de campagnes marketing spécifiques. À côté de la promotion classique, certains types de produits plus durables peuvent gagner à faire l'objet d'une activité marketing distincte. Par exemple, de nombreuses destinations proposent des circuits de randonnée pédestre ou cycliste dont la promotion peut être coordonnée dans le cadre de campagnes dans la presse écrite ou les médias. Donner la priorité aux événements et produits disponibles hors saison peut également favoriser la durabilité du tourisme ;
- le soutien au marketing collaboratif à l'intérieur des réseaux. Les initiatives marketing conjointes se sont avérées un moyen très utile de faciliter l'accès au marché de certaines micro-entreprises, PME ou initiatives de tourisme local, parfois trop modestes pour pouvoir percer sur le marché par leurs propres moyens. Cette démarche peut être liée à d'autres services comme la réservation centrale ou le renforcement des capacités.

*En Écosse, la participation au Green Tourism Business Scheme est indiquée en regard des entrées du guide officiel des hébergements et le site Internet du programme donne la liste des établissements certifiés (voir les Études de cas, p. 184).*



L'aide au marketing peut prendre la forme d'études de marché, d'établissement de contacts avec des agents de voyages, de participation à des salons, d'aide à la publicité dans la documentation et sur les sites Internet des destinations.

Pour une communication et interprétation efficaces de l'information au niveau local Fournir des informations de qualité aux visiteurs quand ils arrivent et pendant leur séjour peut être un moyen très efficace de rendre le tourisme plus durable. Les informations qui attirent l'attention sur les qualités, les spécificités et l'intérêt des environs immédiats peuvent encourager les dépenses dans la localité.

La communication d'informations locales peut également être associée à un élément d'interprétation qui aide les visiteurs à mieux comprendre les problèmes d'environnement locaux et les besoins des communautés. Les meilleurs centres de diffusion sont :

- les syndicats d'initiative : la communication d'informations par contact direct peut être particulièrement efficace pour faire passer les messages souhaités aux visiteurs. Les syndicats d'initiative sont fréquemment soutenus par le gouvernement, bien que leur durabilité économique à long terme pose souvent des problèmes ;
- les centres d'accueil des visiteurs : ils peuvent à la fois fournir des informations aux visiteurs et organiser des expositions d'interprétation ;
- des panneaux et pancartes d'information et d'interprétation : ils doivent être solides, bien conçus, de formulation simple et placés dans des endroits stratégiques sans être gênants ;
- les correspondants des agences de voyage : les informations élémentaires fournies aux visiteurs par les correspondants des agences de voyage pour les aider à s'orienter dans la station de villégiature et les environs, peuvent avoir une grande influence ;
- les hôteliers : les propriétaires et le personnel de la réception des hôtels sont un point de contact permanent pendant le séjour. Ils peuvent donner des

#### **Encadré 5.28 : Apprendre les bonnes pratiques aux visiteurs**

Aux États-Unis, il existe un programme national baptisé Leave No Trace mis en œuvre par une association à but non lucratif et soutenu par plusieurs agences fédérales, organismes de loisirs de plein air et entreprises commerciales. Il a été créé à l'origine par le US Forest Service, rejoint ensuite par le National Park Service et d'autres organismes.

Il apprend aux gens comment se comporter de manière responsable dans la nature, en mettant l'accent sur les impacts environnementaux à travers un code de conduite en sept points : prévoyez et préparez votre voyage ; déplacez-vous et campez sur des surfaces durables ; ne jetez pas vos déchets n'importe où ; n'emportez pas ce que vous trouvez ; limitez le plus possible les impacts des feux de camp ; respectez la faune et la flore sauvages ; et soyez courtois avec les autres visiteurs. Il est diffusé dans le cadre de divers cours de formation des formateurs, ateliers avec des groupes (groupes de jeunes, par exemple) et lors du contact avec le public dans les centres d'accueil des visiteurs ou ailleurs. Les cours et une grande partie du matériel d'information se fondent sur des études scientifiques et l'expérience accumulée au fil des années.

informations (personnellement ou par l'intermédiaire de notices) sur la localité ou le comportement à l'intérieur de l'établissement, par exemple limiter la consommation d'eau, éteindre les lumières, etc. ;

- les guides : les guides-accompagnateurs et les guides locaux peuvent jouer un rôle critique en influençant le comportement des visiteurs et en leur permettant de mieux interpréter les spécificités locales.

Des visites sur le terrain et une formation appropriée permettront à tous les acteurs susmentionnés de bien connaître la problématique de durabilité de la région.

### **Programmes éducatifs**

Un comportement plus durable des visiteurs peut aussi être obtenu par des activités éducatives sur le lieu de destination ou dans le pays d'origine, chez eux, à l'école ou dans leur environnement social. Les gouvernements doivent promouvoir l'éducation et la formation aux voyages et aux loisirs responsables. Le programme Leave No Trace décrit dans l'encadré 5.28 (page 131) en est un exemple. Élaboré aux États-Unis, il est en cours d'adoption dans certains pays d'Amérique latine et ailleurs.

Les campagnes promotionnelles locales et l'information ne doivent pas être considérées comme des outils visant uniquement les visiteurs.

*A Calvià, plusieurs campagnes de sensibilisation de la population locale ont été lancées sur différents thèmes, de l'attitude à l'égard des visiteurs à la consommation d'eau (voir les Études de cas, p. 179).*



### **Encadré 5.29 : Aider les citoyens à être des voyageurs responsables**

Au Royaume-Uni, le gouvernement a pris plusieurs mesures pour influencer l'impact du tourisme extérieur :

- la Sustainable Tourism Initiative, partenariat entre plusieurs acteurs parrainé par le Premier Ministre, a pour vocation d'introduire des pratiques touristiques durables dans le tourisme britannique extérieur. Elle a permis la création d'une association de bienfaisance indépendante, The Travel Foundation, qui soutient des programmes environnementaux et sociaux dans les pays de destination, programmes financés en partie par les fonds récoltés auprès des voyageurs par un groupe de grands voyageurs ;
- l'ajustement des conseils aux voyageurs. En 2004, le gouvernement a annoncé qu'il serait plus réservé dans ses avis aux voyageurs, ne déconseillant aux citoyens d'entreprendre des voyages que dans les cas de danger extrême et imminent ;
- un guide du voyage durable. En 2004, le gouvernement s'est associé à un éditeur de guides de voyage de renom pour produire 2 millions d'exemplaires gratuits d'un guide à l'intention du grand public intitulé Rough Guide to a Better World, qui explique comment soutenir les initiatives engagées dans le cadre des Objectifs du Millénaire pour le développement et consacre une section au tourisme éthique.



### ***Influence des gouvernements sur les marchés du tourisme extérieur***

Les gouvernements peuvent aussi agir sur la durabilité du tourisme en utilisant le marketing et l'information pour influencer sur le comportement de leurs citoyens en tant que voyageurs internationaux. Autrefois, cette démarche était principalement motivée par des inquiétudes concernant la sécurité des voyageurs, mais certains gouvernements de pays développés (voir l'encadré 5.29) s'intéressent depuis peu à l'impact des voyages internationaux de leurs citoyens sur le développement durable des pays de destination. Ils peuvent, par exemple :

- être conscients de l'impact des avis officiels concernant les voyages dans certains pays sur la prospérité du tourisme local. Ces avis doivent donc être spécifiques, précis, à jour et formulés avec soin ;
- encourager et influencer les voyageurs et les médias spécialisés dans les voyages pour qu'ils soutiennent le développement durable et fournissent des informations aux touristes.

## **Notes**

- 1 *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations - A Guidebook*, OMT, 2004.
- 2 Le Programme d'action mondial du PNUE pour la protection du milieu marin a publié des principes directeurs pour le développement du tourisme dans les régions côtières, *Key Principles for Tourism Development*, disponible sur le site <http://www.gpa.unep.org>.
- 3 Les Lignes directrices internationales de la CDB pour le tourisme durable sont disponibles sur le site Internet de la Convention sur la diversité biologique : <http://www.biodiv.org>.
- 4 Le Code mondial d'éthique du tourisme est un ensemble complet de principes ayant pour but de proposer des orientations générales aux acteurs du développement du tourisme, à savoir aux gouvernements centraux et aux collectivités locales, aux communautés locales, au secteur du tourisme et à ses professionnels, et aux visiteurs, qu'ils soient internationaux ou nationaux. Bien qu'il ne s'agisse pas d'un document ayant force légale, son article 10 prévoit un dispositif d'application volontaire impliquant la reconnaissance du rôle du Comité mondial d'éthique du tourisme ([http://www.worldtourism.org/code\\_ethics/eng.html](http://www.worldtourism.org/code_ethics/eng.html))
- 5 L'OMT a produit un document intitulé *Recommendations to Governments for Supporting and/or Establishing National Certification Systems for Sustainable Tourism* qui met l'accent sur le rôle des gouvernements dans l'établissement et la coordination de dispositifs multipartites de certification, donne des orientations pour définir les critères de la certification et pour les aspects opérationnels du processus (<http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/certification-gov-recomm.pdf>).
- 6 *Voluntary Initiatives for Sustainable Tourism: Worldwide Inventory and Comparative Analysis of 104 Eco-labels, Awards and Self-Commitments* (OMT, 2002).
- 7 Pour une présentation générale des instruments et des canaux de marketing du tourisme durable, voir le rapport *Marketing of Sustainable Tourism Products* du PNUE/Regione Toscana (2005).

# 5

---

# *Conclusions :* *Les perspectives*

---

Ce guide présente et analyse les nombreux problèmes et les difficultés majeures qui se dressent sur la voie du développement d'un tourisme plus durable. Il traite et illustre les structures et les approches stratégiques les plus efficaces pour élaborer la politique et les instruments de mise en œuvre correspondants.

---

## Que peuvent faire les gouvernements ?

---

En s'appuyant sur les faits et les recommandations présentés dans cet ouvrage, les gouvernements devraient se demander s'ils accordent suffisamment d'attention au tourisme dans le cadre du développement durable, et si leurs politiques et initiatives dans le domaine touristique abordent de façon satisfaisante la problématique de durabilité.

Ils doivent établir des structures participatives qui leur permettront de travailler avec d'autres acteurs pour planifier, développer et gérer le tourisme de façon durable. Ils doivent élaborer et appliquer des politiques touristiques qui s'inscrivent dans une stratégie convenue avec toutes les parties intéressées et fondée sur les principes et les objectifs du développement durable.

Ce guide a pour but de soutenir et guider ces processus. Ses auteurs sont tout à fait conscients que de nombreux pays ont déjà adopté des stratégies et des politiques touristiques. Si c'est le cas, leur révision et leur correction doivent avoir notamment pour but de renforcer la prise en compte de la problématique de durabilité. Les lacunes et les faiblesses doivent être identifiées et corrigées. Les pays qui entreprennent pour la première fois l'élaboration d'une politique touristique sont encouragés à adopter dès le départ les objectifs et les approches décrits dans cet ouvrage.

L'une des clés pour rendre le tourisme plus durable est de travailler en partenariat avec les destinations locales. C'est au niveau local que s'effectue l'essentiel du travail de planification, d'établissement de contacts, de renforcement des capacités et de communication d'informations et que le tourisme a besoin de s'inscrire dans la démarche de développement durable. Il est donc important que les informations données dans ce guide soient diffusées aux collectivités locales et que celles-ci les utilisent pour revoir, élaborer et mettre en œuvre leur propres politiques touristiques avec les acteurs locaux. Les gouvernements nationaux sont bien placés pour encourager et faciliter ce processus.

A tous les niveaux de gouvernement, un soutien politique durable, des compétences techniques et des ressources suffisantes seront nécessaires si l'on veut que les politiques soient effectivement appliquées.

## Que peuvent faire les autres acteurs ?

---

On a décelé un intérêt croissant pour les questions de développement durable sur le marché et dans les entreprises privées de tourisme. Cela montre à quel point il est important et utile que les gouvernements se préoccupent des questions de durabilité.

Bien que ce guide ne soit pas destiné au secteur privé, il serait bon que les professionnels du tourisme prennent note de son contenu. Ils doivent s'efforcer d'améliorer leurs performances et leurs activités en accord avec les objectifs et

les principes énoncés ici et s'associer pour renforcer leurs initiatives collectives. Les entreprises du secteur privé sont aussi les mieux placées pour influencer sur la sensibilisation et les initiatives des visiteurs. Enfin, elles ont un rôle important à jouer auprès des gouvernements, à savoir faire pression pour qu'ils prennent les mesures qui s'imposent et travaillent avec elles sur ces questions. Le tourisme ne saurait devenir plus durable sans leur adhésion active aux politiques et instruments évoqués ici.

Les messages contenus dans ce guide sont également valables pour d'autres types d'organisations et d'institutions, notamment les nombreux organismes publics ou semi-publics et les ONG qui travaillent dans le domaine du développement durable, de l'environnement et du tourisme. Ces organisations sont particulièrement importantes pour rapprocher l'État, le secteur privé et les communautés locales. Outre leur participation à l'élaboration de la politique, elles ont un rôle très utile à jouer dans le développement et l'exécution de nombre d'instruments évoqués dans cet ouvrage, comme la certification et le renforcement des capacités.

Enfin, il ne sera pas possible de rendre le tourisme plus durable si les pays travaillent chacun de leur côté. Beaucoup de problèmes de durabilité ont en effet des implications transnationales, régionales et mondiales. Les organismes interrégionaux ont tout intérêt à prendre connaissance de ce guide et à faciliter le cas échéant les démarches conjointes entre gouvernements. Ce document a aussi de nombreuses incidences sur le soutien des organismes multinationaux et bilatéraux d'aide au développement aux politiques et projets touristiques.

## Un processus de communication permanent

Une approche durable du développement et de la gestion du tourisme passe par la planification à long terme, la collaboration, le contrôle des résultats et l'adaptation au changement. Pour cela, une communication efficace est indispensable. Les politiques et les instruments seront inefficaces si l'on n'emploie pas les moyens adéquats pour les faire connaître.

Les gouvernements doivent s'assurer que tous les acteurs concernés savent ce que l'on attend d'eux. Les stratégies et politiques de tourisme durable doivent être diffusées sous une forme claire. Si beaucoup d'instruments présentés dans cet ouvrage nécessitent une communication efficace, d'autres peuvent la faciliter, comme la publication par le gouvernement de rapports périodiques sur ses propres initiatives et de directives simples basées sur les politiques convenues. L'engagement de faire régulièrement le point sur la situation et d'en communiquer les résultats à toutes les parties intéressées doit se généraliser.

Il faut mener une vaste campagne de promotion du tourisme durable auprès des touristes, des communautés d'accueil et des acteurs du secteur. Pour ce faire, cette volonté de changement et cette amélioration doivent être réelles et fondées sur des politiques et initiatives bien établies et réalistes.



---

# *Études de cas*

---



1. Australie : Stratégies débouchant sur des outils pratiques
  2. Bulgarie : Stratégie nationale d'écotourisme et plan d'action
  3. Costa Rica : La certification au service d'une volonté politique
  4. Égypte : Red Sea Sustainable Tourism Initiative
  5. Ghana : Initiative de tourisme communautaire
  6. Mexique : Action 21 pour le tourisme au Mexique
  7. Kaikoura (Nouvelle-Zélande) : Développement durable d'une petite localité
  8. Afrique du Sud : Le Livre blanc sur le tourisme et les initiatives qui en ont découlé
  9. Calvià (Espagne) : Programme Action 21 local et modernisation d'un centre touristique
  10. Écosse (Royaume-Uni) : Tourism and Environment Forum et Green Tourism Business Scheme
-

## Australie :

### Stratégies débouchant sur des outils pratiques

*Travail pionnier sur le développement de l'écotourisme et le développement durable axé en priorité sur la qualité et basé sur l'élaboration de stratégies et un mécanisme pratique pour lier tourisme et conservation*

En Australie, le tourisme est une activité majeure qui emploie près de 7 % de la main-d'œuvre. Du fait de l'éloignement de la destination, il ne peut miser sur des stratégies basées sur les prix ou la commodité pour développer ses marchés, mais plutôt sur des offres alliant qualité, authenticité et enrichissement, actuellement réunies sous la dénomination « Platinum Plus ». Les ressources du patrimoine naturel et culturel du pays sont une composante clé de ces offres.

Cette étude de cas décrit quelques politiques et instruments utilisés au fil du temps pour développer le tourisme à partir de ces ressources et pour renforcer sa durabilité. Elle présente d'abord la stratégie d'écotourisme, la première du genre, adoptée au niveau fédéral et certaines initiatives auxquelles elle a donné lieu, puis elle prend le Queensland comme exemple concret de développement de politiques et d'initiatives dans un État.

#### ***Approches initiales de la planification de l'écotourisme et du développement durable***

La « Stratégie touristique nationale » de l'Australie, formulée en 1992, insistait sur la nécessité d'un développement durable du tourisme et d'une approche plus équilibrée des questions économiques, sociales et environnementales. À l'époque, le gouvernement pensait qu'un cadre politique global pour le développement de l'écotourisme apporterait une contribution majeure à la durabilité du tourisme dans les zones naturelles. La « Stratégie nationale d'écotourisme » qui a suivi (1994) est l'un des tout premiers exemples de développement planifié et subventionné de l'écotourisme, et l'un des plus réussis, ce qui lui a valu d'être repris ailleurs.

Cette stratégie est l'aboutissement d'un processus consultatif qui a duré une année et a attiré l'attention sur de nombreuses questions de développement durable. Dans un premier temps un rapport sur ces questions (Issues Paper) a été produit pour alimenter les débats dans le cadre d'une série d'ateliers très médiatisés organisés dans tout le pays. Un appel à communications avait également été lancé dans les principaux journaux. Les résultats des ateliers et 149 communications écrites ont servi de base au projet de Stratégie d'écotourisme qui a été distribué à tous les participants au cours du processus. Les 103 réponses reçues en retour, de même que de nouvelles consultations auprès d'organismes publics compétents dans les États et au niveau fédéral, ont permis d'affiner le document.

La stratégie préconisait la promotion d'un écotourisme durable et commercialement viable grâce à l'emploi d'outils intégrés de planification régionale et de gestion des ressources naturelles. Elle mettait l'accent sur la mise en place d'infrastructures durables, un contrôle efficace et l'éducation. Elle plaidait en faveur d'un marketing plus éthique



et plus responsable, de normes professionnelles rigoureuses et de la participation des autochtones australiens à tous les aspects du développement et de la mise en œuvre.

Un des facteurs de succès a été l'affectation au projet de moyens financiers considérables (10 millions de dollars australiens) provenant principalement de subventions compétitives pour garantir l'action.

Les subventions ont été principalement affectées :

- au développement des infrastructures (architecture et technologies innovantes plus mise en valeur des sites par des panneaux de signalisation, des promenades et des plates-formes d'observation de la faune) ;
- à des études de base, au suivi et à la planification régionale de l'écotourisme ;
- à quatre thèmes centraux d'étude et d'éducation : l'énergie et la réduction des déchets, l'éducation à l'écotourisme, la prospection commerciale et les études de marché.

Les résultats tangibles notoires de ce financement ont été notamment : un programme de certification pour les entreprises d'écotourisme (décrit ci-après) ; la publication d'études sur les profils d'écotourisme ; un répertoire des formations australiennes en écotourisme ; des vidéos de sensibilisation pour les visiteurs à bord des avions à destination de l'Australie ; un guide de planification de l'écotourisme local ; plusieurs publications sur les pratiques de gestion des déchets et de l'énergie dans le secteur privé ; des conférences et ateliers sur la planification régionale intégrée et la prospection commerciale.

La conjonction de cette stratégie et des subventions a permis de consolider les réseaux de collaboration existants et de renforcer une industrie de l'écotourisme moderne qui continue de faire de l'Australie l'un des principaux fournisseurs de produits d'écotourisme du monde. La vaste majorité des parcs étant du ressort des autorités des États, la stratégie nationale a vivement encouragé les États à élaborer leurs propres plans et politiques (voir l'exemple du Queensland ci-dessous).

Le Livre blanc du gouvernement australien sur le tourisme publié en décembre 2003 confirme à nouveau l'importance d'un développement durable pour garantir la prospérité à long terme du secteur du tourisme, mais le situe davantage dans le

Les activités touristiques sur la Grande barrière de corail exigent une gestion extrêmement prudente  
*Photo: Tourism Queensland*



contexte d'une action plus large en faveur du développement régional et rural. En termes de développement durable, il insiste sur l'amélioration de la qualité et le renforcement des capacités grâce à des programmes d'accréditation nationale et de consolidation de la certification ; sur le développement de créneaux et produits ; sur le soutien au développement du tourisme au sein des communautés autochtones ; et sur la création de partenariats entre les entreprises touristiques et les zones protégées. Le Livre blanc s'appuie sur de nombreuses consultations et sur un usage astucieux d'Internet et de la messagerie électronique pour obtenir des réponses.

### *Évolution des approches de la certification*

Dans le prolongement de la Stratégie nationale d'écotourisme, des capitaux d'amorçage ont été attribués à un programme de certification des entreprises (le NEAP ou National Ecotourism Accreditation Programme), système géré et développé par les professionnels du tourisme. Plutôt que de couvrir tous les types de tourisme, il se limite à l'écotourisme : il apparaissait en effet que l'urgence était avant tout de s'assurer que le tourisme dans les environnements naturels ou culturels fragiles était effectivement durable et que l'écotourisme en tant qu'exemple de développement durable pouvait servir de modèle au reste du secteur. Les critères couvraient des aspects essentiels du développement durable tels que l'impact environnemental, la contribution à la conservation, le travail avec les communautés locales, la fragilité culturelle et les bénéfices pour les communautés locales.

Les traits saillants du NEAP (rebaptisé ensuite EcoCertification Programme) administré par Ecotourism Australia sont les suivants :

- ce sont des produits qui sont récompensés, par ex. des programmes de circuits ou des unités d'hébergement, plutôt que les entreprises. En 2004, le programme comptait 414 produits certifiés de 179 voyageurs ;
- ce sont des données empiriques, et non des études, qui montrent que les participants ont renforcé leur gestion environnementale et sociale grâce au programme ;
- le document d'application donne des recommandations pratiques, des contacts et des détails sur les formations. Pendant le processus d'évaluation, des évaluateurs ou des membres du NEAP sont souvent intervenus pour fournir des conseils informels ou assurer des formations ;
- les entreprises n'étant pas prêtes à payer pour un programme aussi jeune, il a fallu limiter au maximum les coûts ; c'est pourquoi il a reposé en grande partie sur l'autocontrôle avec quelques rares audits sur place. Le programme ayant pris de l'ampleur et rencontrant un succès croissant, il exige une plus grande rigueur et donc des audits sur place plus réguliers ;
- le programme subvient pour l'essentiel à ses besoins courants, mais il est largement tributaire des aides et financements externes fournis par les gouvernements des États (principalement le Queensland) pour ses activités de marketing, de promotion auprès des entreprises, ses processus d'audit et d'évaluation ;
- l'acceptation du programme par les entreprises a été considérablement renforcée par le fait que la certification est devenue une condition pour bénéficier d'autres avantages, notamment un régime foncier élargi ou un accès privilégié pour mener des activités dans les zones protégées (imposé par État d'Australie-Occidentale, par exemple).

Grâce à l'accent mis par le Livre blanc sur la qualité des programmes proposés aux touristes, l'Australie a accordé une importance considérable aux programmes de certification volontaire dans l'ensemble du secteur du tourisme comme moyen d'améliorer la qualité. Les priorités sont non seulement la mise en place d'infrastructures conformes aux normes, mais la compétence des entreprises et la durabilité économique de l'activité, comme la preuve du respect de la législation, l'existence d'un plan de développement élémentaire et de plans marketing, la gestion des ressources humaines, des systèmes efficaces de gestion opérationnelle et des stratégies de gestion des risques.

Le Programme EcoCertification a été modifié pour tenir compte de ces critères plus généraux. D'autres programmes de certification environnementale, comme le Green Globe 21, sont actifs en Australie. Green Globe 21 est à l'origine d'initiatives visant à coordonner les normes environnementales avec les programmes de qualité « star » grâce à la collaboration avec l'Association automobile australienne. La majorité des programmes de certification touristique généraux ou spécialisés imposent désormais des critères de base concernant l'environnement et le développement durable.

### ***Influencer le tourisme dans les zones protégées et les communautés aborigènes***

Le tourisme australien reposant en grande majorité sur le patrimoine naturel et culturel exceptionnel du pays, les préoccupations des documents de politique fédéraux en matière de tourisme durable sont pour l'essentiel focalisées sur l'arbitrage entre les intérêts touristiques et la gestion du patrimoine et des zones protégées.

Le rapport du gouvernement australien, *Pursuing Common Goals: Opportunities for Tourism and Conservation*, publié en juillet 2003, analyse le lien entre le tourisme et la gestion des zones protégées et conclut qu'il existe un potentiel énorme de développement du tourisme tout en améliorant la protection de l'environnement.

Beaucoup de communautés aborigènes sont établies dans des parcs nationaux et des sites du patrimoine mondial, ou dans des zones restées à l'état naturel offrant des paysages d'une grande beauté. Les processus de gestion des parcs et les réglementations environnementales risquent donc d'avoir un impact disproportionné sur le tourisme aborigène.

Le rapport *Pursuing Common Goals* constate, à travers des études de cas et des discussions avec les parties concernées, un manque de compétence des petites entreprises des communautés aborigènes, ainsi qu'un développement de produits limité et le peu de liens avec les systèmes touristiques existants. Il montre que les produits et entreprises du tourisme aborigène sont sous-développés et que même quand la culture aborigène est la raison première de l'existence d'une zone protégée et quand le tourisme paraît développé, beaucoup d'autres activités pourraient être menées.



Skyrail : une attraction écocertifiée  
Photo: Tourism Queensland

Le Business Ready Programme for Indigenous Tourism est une initiative du Livre blanc sur le tourisme qui a pour but d'aider les entreprises touristiques aborigènes existantes et nouvelles à développer les compétences et connaissances nécessaires pour créer et gérer une activité touristique commercialement viable.

Une autre initiative majeure du Livre blanc sur le tourisme, The Tourism and Conservation Initiative, se propose de faciliter la création d'attractions touristiques basées sur la nature, tout en développant la capacité de l'Australie de protéger et conserver l'environnement. Le but est d'encourager une approche intégrée de la planification des projets de tourisme et de conservation, et d'augmenter la diversité et les domaines d'activité des centres touristiques afin d'améliorer sensiblement la protection et la présentation des écosystèmes.

Une enveloppe de 4,6 millions de dollars australiens sera attribuée pour trois ans au projet pour :

- soutenir des partenariats stimulant des activités régionales de tourisme et de conservation ;
- mener des recherches axées sur le développement de produits et l'évaluation économique du tourisme dans les parcs nationaux ;
- améliorer les systèmes et réglementations en vigueur dans les parcs pour susciter des partenariats entre gestionnaires de zones protégées et entreprises de tourisme ;
- élaborer un programme de tourisme et de conservation.

### ***L'approche du Queensland sur le terrain***

État du Queensland a été particulièrement actif en matière de développement et de gestion de l'écotourisme, poussant la démarche jusqu'à se préoccuper de la durabilité du tourisme en général. Les autorités du Queensland ont pris plusieurs initiatives concrètes pour soutenir la durabilité du tourisme ; nous en présentons quelques-unes ci-dessous.

Des structures politiques et techniques efficaces. Une stratégie de développement du tourisme définissant une approche générale de la planification, de la politique et du développement stratégiques du tourisme a été élaborée par les autorités. Cette stratégie associe des administrations publiques clés à sa mise en œuvre, avec la coordination d'un Comité composé des directeurs généraux de ces administrations et d'interlocuteurs désignés dans chaque administration pour les questions de tourisme. Le secteur du tourisme participe dans le cadre d'un forum consultatif (Tourism Industry Consultative Forum). Sur le plan technique, un service a été créé au sein de Tourism Queensland pour s'occuper spécifiquement des questions de durabilité du tourisme.

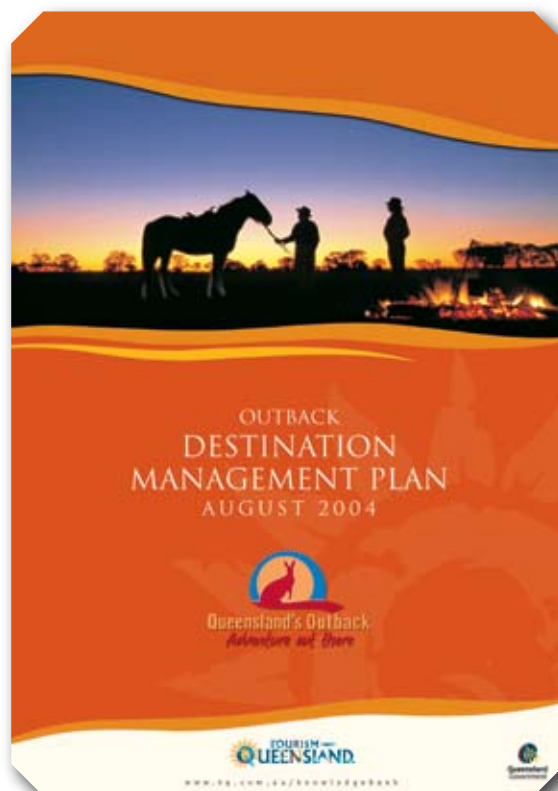
Le plan d'écotourisme du Queensland (Queensland Ecotourism Plan). Considéré comme « vivant » (living), ce plan qui concerne l'ensemble de l'État et s'inscrit dans la stratégie nationale d'écotourisme, est fréquemment mis à jour et a été étayé par de nombreuses mesures de mise en œuvre sur le terrain, notamment des ateliers de formation et la distribution de divers manuels d'auto-assistance.

Aide à la certification de durabilité. Le programme d'écocertification (EcoCertification Programme) bénéficie depuis plusieurs années d'un soutien considérable de la part de Tourism Queensland. Ce soutien a pris la forme de subventions modestes pour la gestion du programme, d'audits sur site, etc., mais aussi d'une valeur ajoutée pour les

entreprises participantes en les faisant profiter d'importants avantages marketing et en les associant au système de concessions dans les zones protégées.

The Tourism in Protected Areas Initiative. Faisant écho aux problèmes soulevés au niveau fédéral, une nouvelle relation participative a été instaurée entre le Queensland Parks and Wildlife Service et le secteur du tourisme. Cette initiative a favorisé le développement d'un nouveau système plus efficace, plus rationnel et plus équitable de gestion du tourisme durable dans les zones protégées du Queensland. Les principaux éléments de ce système, qui permet une plus grande contribution des propriétaires traditionnels, sont : l'aménagement local collaboratif, des accords de longue durée, une structure des redevances fondée sur les lois du marché et diverses autres mesures basées sur les performances, dont l'accréditation.

Aménagement des destinations locales. Reconnaissant que c'est au niveau local que le tourisme est développé et géré, Tourism Queensland a mis en place un cadre et une structure d'aide à la gestion intégrée des destinations. Dans chacune des douze régions touristiques de l'État, des plans de gestion des destinations ont été élaborés et servent de cadre au renforcement de la coordination du secteur et des partenariats, à la coordination des groupes d'acteurs intéressés et à l'orientation des activités touristiques.



Planification intégrée de la gestion au niveau local

## Bulgarie : Stratégie nationale d'écotourisme et plan d'action

*Influencer la réflexion nationale et locale sur la durabilité du tourisme par la consultation de tous les acteurs à propos d'un plan d'action de grande envergure et les instruments associés*

La Bulgarie est un petit pays doté d'un patrimoine naturel et culturel considérable. L'importance de la planification de l'écotourisme a été reconnue à la suite de l'élaboration d'une stratégie nationale de conservation de la diversité biologique et de l'adhésion de plus en plus grande de la classe politique aux zones protégées et à l'idée d'un réseau écologique national. Le besoin de créer des possibilités de croissance économique et d'amélioration du niveau de vie des communautés locales établies autour des zones protégées se faisait clairement sentir, mais il fallait le faire de façon à renforcer en même temps le soutien local à la conservation et à contribuer au développement durable des zones rurales en général.



Discussion du plan d'action régional d'écotourisme pour les Balkans du centre

L'écotourisme a été défini en Bulgarie comme étant un tourisme basé sur la nature, la vie rurale et les sites ou événements culturels associés. Il comprend une activité d'interprétation, est bénéfique pour la conservation et les communautés locales (en particulier la population rurale) et repose essentiellement sur des petites entreprises locales.

Il y a eu dans les années 1990 de nombreuses tentatives pour développer l'écotourisme dans les communautés locales de Bulgarie. Mais la plupart de ces initiatives pêchaient par le manque de liens clairement définis avec les institutions locales et celles chargées des zones protégées ; l'absence de

toute norme ou réglementation concernant l'utilisation ou l'impact du tourisme ; l'insuffisance des connaissances, compétences et ressources des personnes à l'origine des projets ; et la non-rentabilité due au manque d'efforts marketing coordonnés.

### ***Des partenaires internationaux, nationaux et locaux unissant leurs efforts***

Trois ministères ont lancé le processus de développement : celui de l'Environnement et de l'Eau, celui de l'Économie (auquel est rattaché le tourisme) et celui de l'Agriculture et des Forêts. Ils ont officialisé leur soutien conjoint à l'écotourisme en signant un protocole de coopération par lequel ils s'engagent à mettre en œuvre la stratégie. Ils ont été soutenus par quatre organisations bilatérales et internationales d'aide au développement : USAID, le PNUD, la Banque mondiale et l'Agence gouvernementale suisse d'aide au développement.

Le travail aux deux niveaux, local et national, avec échange d'informations a été crucial pour la réussite du projet. Il a pris plusieurs formes :

- des initiatives locales pilotes dans les parcs nationaux de Rila et des Balkans du centre, basées sur des exercices de planification participative qui ont débouché sur la

formation de deux partenariats/associations d'écotourisme réunissant les parcs, les collectivités locales et des entreprises locales. Ces partenariats sont devenus un modèle et ont suscité un mouvement d'intérêt qui a dynamisé la démarche nationale ;

- la création d'un groupe de travail national sur l'écotourisme qui réunit les trois ministères susmentionnés, des associations de tourisme nationales, régionales et locales, des ONG de conservation et la Fondation pour la réforme des collectivités locales (FLGR) ;
- la tenue d'un forum national de l'écotourisme avec la contribution de divers organismes et experts internationaux ;
- la constitution au niveau national de six groupes de travail thématiques sur les technologies de l'information, le développement de produits et le marketing, le financement et les mécanismes financiers, la création d'entreprises, le développement institutionnel et le développement régional ;
- la division du pays en 12 destinations d'écotourisme sur la base des types de paysages et de groupes de zones protégées et de sites culturels, suivi d'un travail au niveau local avec différents partenaires pour créer des associations régionales et préparer des programmes d'action régionaux d'écotourisme.

L'ensemble du processus, qui a pris deux ans, s'est caractérisé par la participation et la consultation d'un grand nombre d'acteurs et une forte coopération entre les organisations nationales et locales. Deux projets de stratégie nationale ont été produits pour consultation avant finalisation. La stratégie nationale a servi de base aux programmes d'action régionaux et les associations régionales ont, à leur tour, apporté une contribution majeure à la création du plan d'action national d'écotourisme. Au total, plus de 400 réunions individuelles et collectives ont eu lieu et 800 institutions et organisations différentes ont participé, dont 140 municipalités.

Parmi les caractéristiques de l'approche :

- une étude approfondie du marché domestique de l'écotourisme, notamment des études quantitatives pour mesurer le pourcentage de population potentiellement intéressé par l'écotourisme, des groupes de discussion pour mieux cerner les motivations et les attentes, et des entretiens avec des voyageurs ;
- un effort considérable pour susciter l'intérêt et le soutien local, notamment des affiches et la diffusion à grande échelle d'une synthèse du cadre stratégique et d'une brochure de « questions et réponses » ;
- une vaste mobilisation des médias grâce à 18 conférences de presse régionales et 4 nationales qui ont donné lieu à 120 articles dans la presse et les médias audiovisuels.

### ***Principales composantes de la stratégie et du plan d'action***

La stratégie nationale d'écotourisme s'étend sur 10 ans, le plan d'action élaboré couvrant les 5 premières années. La stratégie et le plan d'action sont très complets et



Des affiches attrayantes et la couverture média ont suscité l'intérêt et la participation du public

seront donc difficiles à mettre en œuvre. Mais s'ils aboutissent, ils auront un impact majeur sur le tourisme en Bulgarie ainsi que sur la conservation et le développement rural durable.

Les traits saillants de la stratégie et du plan d'action sont les suivants :

- le développement institutionnel. Il s'agit notamment du renforcement du groupe de travail national sur l'écotourisme en tant qu'organisme regroupant de nombreux acteurs chargés de la mise en œuvre du plan, de son examen annuel et de sa mise à jour, ainsi que de la création d'une fédération des associations régionales de tourisme qui permet de tenir compte des problèmes locaux dans la politique nationale, apporte son soutien et aide à la coordination ;
- le regroupement et l'établissement de réseaux. La stratégie insiste beaucoup sur la force et l'impact que permettent l'établissement de contacts entre les entreprises et le soutien mutuel entre le tourisme et les autres secteurs au niveau local, en introduisant un principe de pôles de compétitivité ;
- le développement des entreprises d'écotourisme et le marketing. Un accent particulier est mis sur l'aide aux entreprises à travers des prestations structurées de conseil et de formation, des formules d'assistance financière, une promotion bien ciblée, des programmes d'assurance de la qualité et la création d'une image de marque. Le plan d'action contient quelques programmes spécifiques de développement de produits tels qu'un réseau d'éco-auberges ;
- la gestion de l'information. Il s'agit notamment de la création de bases de données de produits, d'enquêtes régulières auprès des visiteurs, de l'identification et de la diffusion des meilleures pratiques.

### ***Développement d'instruments d'aide à la mise en œuvre***

Plusieurs instruments d'aide à la durabilité ont été développés parallèlement à la préparation de la stratégie et du plan d'action, à savoir :

- un manuel de développement de produits d'écotourisme ;
- l'attribution de récompenses pour les meilleures pratiques qui ont servi également à susciter l'intérêt et à faire de la publicité ;
- un système d'indicateurs pour mesurer le succès et l'impact des produits d'écotourisme, testé dans deux destinations.

Ces actions ont également induit deux modifications importantes de la législation en vue de tirer davantage de revenus des entreprises et des visiteurs pour soutenir l'environnement. La possibilité d'accorder des contrats à de petites entreprises de tourisme dans les zones protégées a été instituée afin de percevoir des droits sur les contrats et de faire respecter des conditions de gestion. Deuxièmement, la loi concernant le gouvernement local a été modifiée afin que les recettes des taxes sur le tourisme restent dans la municipalité et qu'elles soient utilisées pour des infrastructures liées au tourisme.

La stratégie et le plan d'action constituent un cadre primordial pour obtenir de nouvelles aides financières de l'Union européenne et d'autres sources, ainsi qu'une allocation budgétaire du gouvernement. Il existe en outre quelques mécanismes de financement spécifiques pour la création d'entreprises d'écotourisme et de projets associés, tels qu'un fonds d'affectation spécial (le National Trust Eco Fund et le Protected Areas Fund associé) qui reçoit de l'argent de donateurs externes, et le National





Environmental Enterprise Fund du ministère de l'Environnement. Ce dernier est alimenté par des taxes environnementales sur les carburants, la pollution, etc.

Paysages de montagnes dans le sud-ouest de la Bulgarie

Une dotation de 1 million d'euros par an est spécifiquement réservée à l'écotourisme et à la gestion des zones protégées. Les autres instruments qui seront développés dans le cadre du plan d'action national d'écotourisme sont :

- des structures de renforcement des capacités au niveau local qui prendront la forme de centres d'aide au développement d'entreprise ;
- la formulation de directives sur les limites de modification et d'utilisation acceptables pour les zones protégées et les monuments culturels ;
- la synchronisation de la législation pertinente pour la mettre en phase avec la stratégie.

### *Intégrer l'approche*

Bien qu'il s'agisse d'une stratégie et d'un plan d'action pour l'écotourisme, il est largement admis que toute l'activité touristique en général a besoin de devenir plus durable en Bulgarie. Lors du lancement de la stratégie d'écotourisme, le Premier ministre a déclaré qu'elle ouvrait la voie à une stratégie de tourisme durable pour la Bulgarie.

L'écotourisme n'est pas considéré en Bulgarie comme quelque chose de totalement distinct du tourisme de masse et dénué d'intérêt pour les grosses entreprises de tourisme ; il est plutôt considéré comme un moyen de diversifier le produit touristique et de transformer l'image du tourisme bulgare. Les concepts et approches développés dans le secteur de l'écotourisme peuvent être utilisés pour le tourisme au sens large.

Des mesures ont été prises pour renforcer l'impact de la stratégie d'écotourisme sur le tourisme et le développement durable en général, notamment :

- l'intégration du groupe de travail national sur l'écotourisme au sein du Conseil national du tourisme ;

- imposer aux municipalités qu'elles prennent en compte la stratégie d'écotourisme pour préparer leurs plans régionaux et locaux. C'est particulièrement important pour obtenir des financements, car les décisions de dépenses des futurs fonds européens dépendront des priorités de ces plans locaux ;
- intégrer l'écotourisme dans le travail des associations régionales de tourisme ;
- associer la Fondation pour la réforme des collectivités locales, très influente et respectée, aux étapes clés de formulation de la stratégie et du plan d'action ;
- s'efforcer d'ouvrir la voie à l'écotourisme et au tourisme durable dans la région des Balkans tout entière, notamment en liaison étroite avec le Centre régional pour l'environnement.

## Costa Rica :

### La certification au service d'une volonté politique

*Un pays qui privilégie depuis longtemps l'écotourisme et la durabilité dans son approche des marchés et produits touristiques, en les étayant par l'un des meilleurs programmes de certification reconnus et d'autres initiatives gouvernementales*

Malgré une superficie qui ne dépasse pas 51 000 km<sup>2</sup>, le Costa Rica possède l'une des biodiversités les plus riches au monde. Il accueille chaque année plus d'un million de touristes internationaux. L'office du tourisme du Costa Rica décrit ainsi les atouts du pays : des paysages d'une grande beauté, un système centralisé d'aires protégées, une grande stabilité sociale et politique, un haut niveau d'éducation, des infrastructures et services efficaces.

Le Costa Rica a pris la décision, en tant que société, de soutenir le développement durable, notamment dans le secteur du tourisme. Les politiques générales formulées dans le plan de développement national du tourisme (2002–2012) commencent par cette déclaration : « *Le concept de durabilité sera l'axe fondamental de l'activité touristique et sera considéré comme le principal facteur caractérisant le produit touristique national.* » Le slogan promotionnel choisi pour le pays a en outre une forte connotation écologique : « *Costa Rica – Sans ingrédients artificiels* ».

#### ***L'écotourisme et la sensibilisation des marchés suscitent une mobilisation en faveur du développement durable***

L'attachement du Costa Rica au tourisme durable a démarré avec l'écotourisme. Celui-ci a suivi un schéma classique : initiatives novatrices de simples particuliers,

Aras macao rouges : la faune et la flore sauvages sont l'une des principales attractions du Costa Rica



suivies d'un soutien résolu du gouvernement une fois que les avantages pour le pays deviennent évidents.

Les premières entreprises d'écotourisme et réserves naturelles privées ont été créées par des biologistes et défenseurs de la nature qui avaient étudié la flore et la faune extrêmement riche du Costa Rica. Guidées dès le départ par une solide éthique écologique et sociale, ces entreprises sont devenues des modèles qui ont inspiré toutes les autres initiatives d'écotourisme costariciennes. En raison de la réussite des fondateurs, les entreprises qui se sont développées par la suite ont souvent suivi l'orientation environnementale et sociale de leurs modèles.

Un autre facteur a favorisé cette démarche : la reconnaissance des possibilités de débouchés. L'office du tourisme et les chefs d'entreprises de tourisme classique ont fini par comprendre l'importance de l'environnement pour le positionnement du Costa Rica sur le marché. Les gens qui visitent le pays optent généralement pour un programme varié qui inclut une forme d'écotourisme, associée à la visite d'un volcan et à des activités balnéaires et citadines classiques. Parce que la motivation première des gens qui se rendent au Costa Rica est la réputation de destination « nature » du pays, des chaînes hôtelières et des voyageurs de renom adoptent désormais des pratiques environnementales et sociales rigoureuses. L'écotourisme et la durabilité des autres formes de tourisme sont devenus complémentaires. Cela a été un excellent calcul pour le pays.

Avec l'arrivée d'une nouvelle génération de chefs d'entreprises qui interviennent dans le développement de la politique, les critères de durabilité sont devenus des concepts standard pour le gouvernement et l'industrie. Cependant, les promoteurs du tourisme de masse classique exercent une influence souvent contraire sur la politique, bien qu'ils aient eux aussi adopté certains critères de durabilité pour leurs projets.

### ***Stratégie touristique et planification***

Le plan directeur costaricien du tourisme pour 2002–2012 fonde intégralement le développement du secteur du tourisme sur le respect des principes du développement durable. Dans ce plan, la préservation, la conservation, l'écotourisme et le tourisme classique (mais durable) sur les plages et dans les villes conservent leur caractère complémentaire.

Un zonage subsidiaire et des plans d'urbanisme réglementaire ont été établis pour plusieurs grandes régions touristiques du pays jusqu'à une échelle de 1:20 000, sur le principe de l'utilisation rationnelle (ou de la préservation, dans d'autres cas) des ressources naturelles pour le tourisme et d'autres activités. Ces plans sont en cours d'intégration dans les plans de gestion de l'écotourisme dans les aires protégées et des efforts sont faits pour encourager les collectivités locales à convertir ces plans en réglementations obligatoires du zonage des terrains privés.

Il est encore trop tôt pour dire si le plan directeur du tourisme durable pour le pays sera intégralement mis en œuvre et respecté. Il y a un énorme fossé entre la politique telle qu'elle est énoncée et les règlements ayant force de loi. Ceci est dû en partie au fait que la constitution et la législation du Costa Rica laissent une grande latitude et une grande liberté pour faire des affaires sous n'importe quelle forme pourvu qu'elle soit régulière. Il est également reconnu qu'il est facile de légiférer, mais difficile et souvent



impossible de faire respecter les règlements. Enfin, les collectivités locales hésitent à établir des règlements de zonage obligatoires, peut-être parce que cela coûte cher de mettre en place un zonage dans une région étendue ou à cause d'une opposition politique à la limitation des constructions autorisées. Même si le gouvernement a pour politique de promouvoir le tourisme durable et l'écotourisme, il apporte peu de soutien aux entreprises durables par rapport aux entreprises classiques parce qu'il est dans la plupart des cas illégal de privilégier un type d'entreprise plutôt qu'un autre.

Finca Rosa Blanca, hôtel rural de standing ayant obtenu une note élevée dans le cadre du programme de certification CST

Deux outils importants permettant au gouvernement d'avoir une influence sur les entreprises sont décrits ci-après. Conjugués à la demande de comportement environnemental rationnel émanant des consommateurs, ils peuvent aider les entreprises à se conformer à la politique gouvernementale.

### ***Certification pour un tourisme durable (CST)***

L'un des rares instruments légalement autorisés pour faire la distinction entre entreprises durables et entreprises classiques est la certification dans le cadre d'un programme parrainé par l'État.

Ce programme, baptisé CST, a été élaboré par l'Office du tourisme costaricien en réponse à la prise de conscience, au début des années 1990, de la nécessité de plus en plus impérieuse de distinguer les entreprises de tourisme œuvrant effectivement pour conserver les ressources naturelles et protéger le milieu culturel de celles qui prétendent le faire alors qu'elles portent atteinte à l'environnement et au tissu social de leurs communautés. Les entreprises qui se prétendent « vertes » alors qu'elles ne le sont pas, étaient perçues comme mettant directement en péril la position enviable du Costa Rica parmi les leaders mondiaux de l'écotourisme et du tourisme classique respectueux de



Emblème du programme de certification pour un tourisme durable

l'environnement. Le programme de certification a été élaboré par l'Office du tourisme et non par le secteur privé ou des organisations de défense de l'environnement parce que le gouvernement a été l'un des premiers à pressentir le danger d'une fragilisation de la position du Costa Rica sur le marché, mais aussi grâce à la volonté politique éclairée et aux compétences techniques de haut niveau de certains de ses fonctionnaires.

Le programme CST a été créé pour récompenser les entreprises qui agissent de façon responsable sur le plan social et environnemental, tout en maintenant un haut niveau de satisfaction de la clientèle. L'instrument de certification est un questionnaire en 153 points qui couvre quatre grands domaines : environnement biologique et physique, matériel et bâtiments, clients externes et contexte socioéconomique. Les questions ont été formulées de telle sorte que leur intention soit évidente afin que le chef d'entreprise puisse faire une auto-évaluation initiale puis améliorer les caractéristiques de son entreprise sans avoir besoin de consultants externes. La règle de certification met l'accent sur des critères de performance faciles à mesurer plutôt que sur des systèmes de management environnemental, bien qu'il y ait quelques exigences supposant l'application de certains processus. Cette structure permet à l'entreprise de se mettre rapidement et à peu de frais en conformité avec certaines normes de base ; la procédure d'audit est simple et rapide.

La certification est accordée par une commission indépendante aux entreprises qui ont montré, lors d'un audit externe, qu'elles respectaient certains critères élémentaires obligatoires et qui ont réalisé un score d'au moins 20 % dans chacun des quatre domaines de base. Il y a cinq niveaux de CST symbolisés par des feuilles (sur le modèle des une à cinq étoiles accordées dans le domaine de la qualité). Mais les entreprises sont notées en fonction du score le plus bas qu'elles obtiennent dans chacun des quatre domaines, ce qui les motive fortement pour prêter plus d'attention aux domaines les plus faibles. Pour atteindre le cinquième niveau de CST (cinq feuilles), les entreprises doivent réaliser un score d'au moins 95 % dans les quatre domaines. Seules deux entreprises costariciennes ont atteint ce niveau (sur 49 certifiées à la moitié de l'année 2004).

Le développement et l'application continus du programme CST doivent beaucoup à la collaboration entre l'Office de tourisme, la principale école de commerce, l'Institut national de la biodiversité, la Chambre nationale du tourisme, des établissements universitaires et des organisations de défense de l'environnement.

Le programme CST a eu un effet salutaire sur le tourisme au Costa Rica en établissant un ensemble de critères de durabilité objectifs et crédibles. Les entreprises qui ont obtenu la certification et qui ont fait des efforts pour obtenir de meilleures notes sont devenues de fervents partisans des pratiques durables. Parce que la certification encourage des pratiques environnementales et sociales exemplaires, les entreprises certifiées améliorent généralement de façon notable leurs performances dans ces domaines.

Ce programme est une initiative de l'État, ce qui lui vaut en partie ses atouts, notamment :

- la gratuité pour les entreprises grâce au soutien financier de l'État ;
- des normes techniques et éthiques très élevées qui en font l'un des meilleurs au monde ;
- la création d'un organisme d'accréditation indépendant représenté un peu partout ;
- la reconnaissance officielle et l'utilisation pour la promotion commerciale du Costa Rica.

Le nombre d'entreprises certifiées est toutefois moins important que prévu. On peut y voir une conséquence de la participation de l'État à l'origine d'une certaine inertie administrative, le manque de continuité en cas de changements politiques et l'insuffisance de la promotion auprès des entreprises et des touristes.

### **Travail avec les zones protégées et les réserves privées**

Un autre mécanisme autorisé par la loi auquel le gouvernement peut recourir pour soutenir les entreprises de tourisme durable est le paiement des services environnementaux offerts par les réserves naturelles privées. Plus de la moitié des réserves privées du Costa Rica pratiquent une forme ou une autre d'écotourisme ; elles ont droit (au même titre que celles qui ne le font pas) à des indemnités annuelles au titre de la protection de la biodiversité, de la beauté des paysages et de la production d'eau, ainsi que pour la réduction des émissions de dioxyde de carbone qui auraient résulté d'une déforestation.

Les réserves privées qui sont officiellement enregistrées ont en outre droit à une protection contre les squatters et sont exonérées d'impôts fonciers. Bien que plusieurs études aient montré que la motivation première des propriétaires de réserves privées était un désir de conservation et non des considérations pécuniaires, les recettes et incitations offertes par le gouvernement, auxquelles s'ajoutent les modestes recettes de l'écotourisme, ont permis aux propriétaires de continuer à conserver leurs terres à l'état naturel, sachant qu'il s'agit pour l'essentiel de forêts tropicales. Sans la combinaison des incitations et des recettes du tourisme, nombre de ces terres risqueraient d'être déboisées.



Mobilier en matériaux de production locale, tels que rotin et bambou, à l'éco-auberge de Lapa Rios (certifiée CST)

Désormais, l'écotourisme est considéré par le gouvernement costaricien comme un outil clé pour financer les aires protégées à partir de fonds distincts du budget de l'État. Au Costa Rica, les zones protégées les plus courantes sont les parcs nationaux appartenant à l'État. Seuls les services non essentiels comme les parkings, les centres d'accueil des visiteurs et les boutiques de souvenir peuvent être proposés en concession au secteur privé. Ils ont fait l'objet d'appels d'offres auprès d'organisations de conservation ou d'associations locales qui sous-traitent souvent les activités à des entreprises qui ont fait leurs preuves. La Banque interaméricaine de développement a en outre donné son accord de principe pour payer les infrastructures d'écotourisme dans les parcs nationaux et quelques autres zones protégées, à condition que les recettes soient réinvesties dans le fonctionnement et la protection des parcs.

Certaines catégories de zones protégées, telles que les réserves de faune et les réserves forestières, ont un régime de propriété mixte, public et privé. Dans ce cas, il est légalement possible de proposer certains aspects de la gestion en concession à une organisation de défense de l'environnement ou à une association, ce qui n'a été fait que dans un cas. Ce mécanisme est considéré comme trop sensible politiquement pour être mis en œuvre à grande échelle, l'État craignant de donner l'impression qu'il « privatise » les zones protégées.

## Égypte : Initiative de tourisme durable en mer Rouge

*Une approche globale de l'aménagement et de la gestion des côtes avec zonage et adoption ou renforcement d'une panoplie d'instruments encourageant les aménageurs et les opérateurs à adhérer aux principes de durabilité*

Le tourisme est la principale source de recettes en devises de l'Égypte et représente près de 12 % du PIB effets indirects compris, bien que de nombreuses sources estiment sa part à environ 15 %. C'est l'un des secteurs de l'économie les plus dynamiques, créateur de nombreux emplois puisque au moins 8 % de tous les emplois ont un lien avec le tourisme. Malgré les tendances erratiques du tourisme au Moyen-Orient à cause de l'agitation qui sévit dans la région, les arrivées de touristes ont augmenté en nombre de plus de 20 % en deux ans, dépassant le chiffre record de 6 millions de visiteurs en 2004.

Les antiquités ont été la première source d'attraction pour les visiteurs jusqu'au début des années 1980. Depuis, il y a eu un développement remarquable du tourisme sur les côtes de la mer Rouge, en particulier grâce à l'attrait de l'abondante faune marine des systèmes coralliens. Le nombre de chambres d'hôtels est passé de quelques centaines en 1980 à près de 45 000 en 2005, attirant 2 millions de visiteurs. La Direction du développement du tourisme (Tourism Development Authority ou TDA), créée en 1991 et placée sous la tutelle du ministère du Tourisme, prévoit dans un premier

Le désert oriental en direction de Sharm El Loly : une baie naturelle d'eau profonde dans la zone de développement de l'écotourisme  
*Photo: PA Consulting Group*





temps la multiplication par quatre du nombre de chambres d'hôtels pour atteindre 164 000 sur la côte dont elle a la juridiction (le nombre de chambres dans l'ensemble du pays devrait avoisiner les 350 000 d'ici 2017).

La TDA alloue de vastes parcelles de terrain à des investisseurs privés qui les exploitent dans le cadre d'un contrat avec la TDA et qui doivent se charger de mettre en place des infrastructures, de construire et d'exploiter des hôtels, de fournir des services publics locaux au personnel.

Au départ, le programme de développement du tourisme était guidé par des objectifs de croissance en termes de nombres de visiteurs et de capacité d'hébergement. Mais la TDA a revu sa stratégie pour tenir compte des questions d'environnement de la destination, de sa qualité globale et de son avenir à long terme. Elle a bénéficié à cet égard de l'aide de la Red Sea Sustainable Tourism Initiative (RSSTI) basée sur un accord bilatéral entre les États-Unis et l'Égypte. USAID a fourni une assistance technique et des aides financières au programme en échange de l'adoption de mesures politiques efficaces.

### **Aménagement du territoire et réglementation du zonage**

L'initiative comportait plusieurs volets importants, notamment la préparation d'un plan détaillé pour l'un des secteurs côtiers. La TDA a commandé en juin 2001 un Plan de développement stratégique du secteur sud de Marsa Alam. La stratégie envisageait trois possibilités de développement : un développement du tourisme à forte croissance (type classique/existant) ; le développement du tourisme durable ; et le développement de l'écotourisme/tourisme à faible croissance. La solution de tourisme durable proposée par l'étude suggérait la création d'environ 15 000 chambres dans la région ou l'équivalent de 38 hôtels de 400 chambres répartis le long d'une ligne côtière de 30 kilomètres composée à 50 % de récifs frangeants et d'aires protégées.

Le processus de planification pour le plan d'aménagement du territoire qui a suivi reposait sur l'idée selon laquelle des ressources différentes ont des capacités différentes de s'accommoder des activités touristiques. Identifier les principales ressources de la zone à aménager et celles qui sont les plus fragiles fut considéré comme la première chose à faire pour garantir le choix de types et de niveaux d'utilisations touristiques appropriés. Les mesures adoptées pour évaluer la sensibilité des ressources et définir le programme de zonage sont les suivantes :

1. Collecte de données sur la situation de chaque ressource sous forme de couches SIG (Système d'information géographique) distinctes.
2. Division de la zone à aménager en sous-zones/habitats naturels homogènes en combinant toutes les couches de ressources naturelles.
3. Classification des sous-zones/habitats en fonction de séries de valeurs pondérées. La sensibilité aux utilisations touristiques a été évaluée (en demandant l'avis d'experts) selon

Toute la végétation du bord de mer est protégée  
Photo: PA Consulting Group



une échelle à quatre niveaux : faible, moyenne, élevée ou très élevée.

4. Élaboration d'un programme de zonage pour les différentes catégories de sous-zones naturelles en fonction de leur sensibilité environnementale.
5. Élaboration de règlements concernant la conservation, la gestion et la mise en valeur des zones d'aménagement du territoire.

Une carte de sensibilité classe les ressources les plus sensibles en fonction de leur résilience aux impacts de leur utilisation. Ceci illustre un point important : en règle générale, les ressources que les visiteurs veulent voir sont celles qui ne peuvent supporter les impacts de leur utilisation. La gageure, pour le programme de zonage, était donc de permettre l'utilisation près de ou à l'intérieur des ressources, tout en réduisant au maximum ou en supprimant tout impact.

Chacune des zones de gestion proposées correspond aux différents niveaux de sensibilité à l'intérieur des sous-zones naturelles de la région sud de la mer Rouge. Le programme de zonage suivant a été proposé pour la zone d'aménagement : zone centrale (zones de réserve absolue) ; zone tampon (aires de nature sauvage à utilisation réglementée) ; zone de transition (zone d'écotourisme) ; zone de développement de faible intensité (zone d'éco-auberges côtières) ; et zone de développement d'intensité moyenne. Le plan d'aménagement du territoire énumérait les règlements généraux concernant la gestion des zones identifiées dans le programme de zonage pour protéger les zones contre toute expansion urbaine, garantir le meilleur investissement des ressources environnementales et culturelles et préserver l'équilibre écologique.

Le résultat a entraîné des changements radicaux des règlements auparavant appliqués par la TDA, provoquant de sérieuses modifications et l'annulation des plans d'aménagement dans certaines zones. Par exemple, dans la zone de développement à faible intensité, les nouveaux règlements ont ramené la densité maximum de 20 chambres par feddan (0,42 ha) à 2 chambres par feddan et les hauteurs maximum de trois à deux ou un étage. Dans la zone de transition, les seuls hébergements autorisés sont les éco-auberges et les terrains de camping avec un maximum de 50 chambres sur certains sites. Les règlements fixent également des limites d'accès.

Les nouveaux règlements, qui régissent les activités d'aménagement et de conservation, ont été approuvés par un comité tripartite composé de la TDA, de l'Agence égyptienne des affaires environnementales (EEAA) et du gouvernorat de la mer Rouge. Pour la première fois en Égypte, les règlements relatifs à l'aménagement du territoire sont basés sur des critères de durabilité qui combinent viabilité écologique à long terme, viabilité économique à long terme, utilisation éthique des ressources, traitement équitable des communautés locales et respect des lignes directrices de l'EEAA et de la loi sur l'environnement (Environmental Law 4/1994).

### ***Étude d'impact sur l'environnement (EIE)***

En Égypte, le système d'EIE utilise un listing pour sélectionner les projets en fonction de la gravité potentielle de leur impact sur l'environnement, en les divisant en deux catégories : ceux pour lesquels l'EIE est obligatoire, et ceux pour lesquels elle ne l'est pas. La responsabilité des EIE de projets touristiques est partagée entre la TDA et l'EEAA, toutes deux participant aux évaluations. Le RSSTI a décelé de nombreuses faiblesses dans le processus, notamment :

- le manque de lignes directrices pour les projets touristiques (l'accent était auparavant sur les industries plus polluantes) ;
- le manque de coordination entre l'aménageur, la TDA et l'EEAA, qui se traduit par des retards dans le traitement des dossiers et par le démarrage de nombreux projets sans avoir obtenu le feu vert ;
- des informations contradictoires entre la TDA et l'EEAA concernant le respect de l'EIE ;
- l'absence de contrôle systématique pour s'assurer que les mesures d'atténuation et les recommandations de l'EIE sont respectées.

Le RSSTI a apporté des améliorations, notamment un protocole d'accord entre la TDA et l'EEAA; de meilleurs conseils pour la sélection initiale et la mise en place d'un système de suivi des EIE pour vérifier que leurs recommandations sont respectées. Au départ, seuls 20 % des projets de tourisme étaient approuvés par l'EEAA avant que les travaux ne commencent. Le respect intégral de la réglementation relative aux EIE est prévu d'ici 2006-2007 grâce à ces changements.

### **Contrôle et gestion de l'environnement**

Le RSSTI a amélioré les capacités de surveillance de l'environnement de la TDA, notamment en créant une unité de surveillance de l'environnement en son sein. Des protocoles, procédures et check-lists ont été établis pour faciliter son travail. Un manuel explique comment surveiller les ressources naturelles (comme les récifs coralliens) et les aménagements touristiques (comme les ports de plaisance). Des données de référence sont recueillies et enregistrées à l'aide de SIG pour évaluer les impacts cumulés des infrastructures de la TDA dans le temps.

La TDA encouragera les aménageurs et les opérateurs à appliquer les meilleures pratiques de gestion de l'environnement, tout en suivant les progrès afin d'ajuster en conséquence ses politiques promotionnelles. Ce processus s'appuie sur des études des meilleures pratiques effectuées dans le cadre du RSSTI et sur la production de manuels des meilleures pratiques pour des aspects clés comme la gestion des déchets solides, l'architecture paysagère, les plantations, l'eau et l'assainissement, l'efficacité énergétique et la gestion environnementale des stations touristiques.

Ces manuels attirent l'attention des aménageurs et des consultants sur les nombreux aspects à prendre en compte à chaque étape du développement (planification, conception et construction) et de l'exploitation. Un CD interactif, Red Sea Planting Encyclopaedia, a été produit pour aider les professionnels à choisir, selon des critères fonctionnels et environnementaux, les plantes à utiliser.

Des systèmes de management environnemental (SME) ont été élaborés pour les stations touristiques intégrées. Le programme de SME prévoit des stages de formation pour les divers acteurs et une certification pour les responsables « Environnement » des établissements hôteliers. Plusieurs hôtels et stations touristiques ont engagé une procédure de reconnaissance dans le cadre du programme de certification Green Globe.



Femme Ababda de l'aire protégée de Wadi El Gimal  
Photo: PA Consulting Group

### ***Instruments économiques***

Bien qu'une réglementation ait été mise en place, la politique de la TDA à l'égard des aménageurs est d'encourager plutôt que de décourager, d'inciter au lieu de pénaliser et de guider plutôt que d'ordonner. Pour cela, un ensemble d'instruments économiques a été élaboré parmi lesquels :

- l'utilisation de critères environnementaux dans le processus d'attribution de terrains par mise en concurrence ;
- l'exemption des droits de douanes et l'octroi de prêts à taux préférentiels pour les technologies propres ;
- la promotion de la certification environnementale et des prix d'excellence ;
- les critères, règles et incitations de la TDA pour la gestion des déchets solides.

### ***Développement de l'écotourisme***

L'écotourisme suscite un intérêt considérable en Égypte où il est vu comme un moyen de diversifier l'offre touristique, d'attirer une clientèle de plus en plus nombreuse et d'atteindre les objectifs de conservation. Une partie de la côte sud, la région de Wadi El Gemal-Hamata, a été décrétée zone protégée en 2003. Elle recèle d'importants anciens sites miniers, accueille des populations bédouines, dont le nombre est en déclin, et une foule d'espèces végétales et animales rares et menacées d'extinction. Dans le cadre du RSSTI, des études rigoureuses et des travaux de cartographie des ressources culturelles et naturelles ont été entrepris et une étude sur le potentiel d'écotourisme de la région a été produite. Les problèmes qui se posent sont notamment la mise en place d'infrastructures appropriées et d'activités de loisirs sûres dans un milieu rude.

### ***Avantages de connaissances solides et d'une bonne communication***

Il y a trois facteurs importants pour le succès du RSSTI, à savoir :

- la valeur de l'expérience acquise ailleurs. Le programme d'assistance technique et de soutien a donné une impulsion pour envisager d'autres stratégies et adopter une nouvelle approche plus durable. Une série de voyages d'étude pour observer les bonnes pratiques dans d'autres pays et des conférences internationales en Égypte ont été une aide précieuse ;
- la nécessité d'harmoniser les projets de développement du tourisme et d'aires protégées. L'association de la TDA et de l'EEAA pour la planification et d'autres mesures a été cruciale ;
- la valeur d'informations objectives. Le concept de tourisme durable n'est devenu une réalité qu'après la collecte d'innombrables données, leur analyse et la formulation de recommandations concrètes. Ce travail a permis de mieux comprendre un domaine largement méconnu et a été très important pour parvenir à un consensus sur la réglementation du zonage.

## Ghana :

### Initiative de tourisme communautaire

*Un projet qui a créé au niveau des communautés locales de nouveaux produits touristiques respectant les principes de durabilité, transformant l'offre touristique du pays et faisant apparaître des défis pour les structures d'aide gouvernementales*

Le Ghana a la chance d'accueillir de plus en plus de visiteurs dans une région (l'Afrique occidentale) par ailleurs extrêmement agitée. Ses attraits sont notamment de nombreuses forteresses bien conservées le long de la côte, des parcs nationaux, des plages et la culture Ashanti bien documentée. Beaucoup de visiteurs sont des Afro-Américains sur la trace de leurs ancêtres, ainsi que des particuliers à la recherche d'un mélange de vie africaine contemporaine, d'histoire et d'attractions naturelles. Le Ghana doit en grande partie son succès à ses niveaux acceptables de sécurité et d'hygiène, à son accessibilité par avion et à sa relative stabilité politique.

En 2002 a été élaboré un projet d'écotourisme local avec une aide financière de USAID. Il s'agissait d'une initiative du gouvernement, par l'intermédiaire de l'Office de tourisme du Ghana qui préside le comité de pilotage du projet. Les partenaires pour la mise en œuvre sont le Nature Conservation Research Centre (NCRC), l'organisation néerlandaise de développement SNV et le US Peace Corps, ainsi que des équipes de gestion du tourisme local de différents endroits.

#### **Produit créé et rôle des partenaires**

Le principal résultat du projet a été la création de 14 entreprises locales dans le pays. Parmi celles-ci, cinq sites dont l'attrait est la présence d'espèces sauvages particulières, à savoir des sanctuaires d'hippopotames, de singes ou de crocodiles ; cinq autres sont des villages ou des manifestations culturelles ; et les quatre derniers ont le paysage naturel pour attrait. Le produit proposé à chaque endroit comprend l'accès, l'interprétation, le logement et la restauration.

Les équipes locales de gestion du tourisme représentent la communauté et contrôlent l'utilisation des ressources. Elles sont aidées dans leur tâche par les partenaires :

- le NCRC recueille des fonds de donateurs et joue le rôle d'organisme de mise en œuvre principal ;
- l'Office du tourisme du Ghana apporte son concours à la planification des ressources par l'intermédiaire de ses bureaux régionaux ; il est responsable de la production du matériel promotionnel et du marketing. Il a également effectué des enquêtes auprès des visiteurs et entrepris des révisions des prix ;
- les assemblées de district des régions où le projet est mis en œuvre sont consultées pour obtenir leur autorisation ;
- Peace Corps Ghana a affecté des volontaires aux sites pour des durées de 12 à 24 mois. Ils ont aidé à introduire les principes de la comptabilité et du matériel d'administration standard ; ils ont aussi aidé la communauté à produire des articles tels que souvenirs et T-shirts ;
- SNV apporte à tous les partenaires une aide au renforcement des capacités



Le sanctuaire d'hippopotames de Wechiau est associé à des installations et services fournis par la communauté Lobi

touristiques, notamment à ceux chargés de la planification et de la mise en œuvre, et a mis à la disposition de NCRC et de l'Office du tourisme du Ghana des conseillers à plein temps pendant la première phase du projet.

Sur chaque site, les mesures prises ont consisté à mettre en place un centre d'information et des infrastructures d'assainissement, à fournir des poubelles, du matériel de sécurité, de la documentation marketing et une formation de base sur les techniques hôtelières.

### ***Objectifs de durabilité et effet sur le tourisme national***

Dès le départ, ce produit a été articulé autour d'objectifs de durabilité. Les avantages potentiels de cette orientation sont :

- la participation et le droit de regard des communautés ;
- la lutte contre la pauvreté, avec notamment la répartition des bénéfices au sein de la communauté ;
- la conservation des ressources du patrimoine naturel et culturel grâce aux efforts de la communauté soutenus par les recettes du tourisme ;
- le développement régional et rural. Jusqu'à présent, l'essentiel du tourisme du pays était concentré sur la capitale et la côte ;
- la diversification des produits. Plusieurs attractions peuvent être proposées dans le cadre des circuits touristiques.

Le nombre de visiteurs a dépassé les attentes initiales. La tendance est à la hausse, avec des recettes qui ont pratiquement doublé en 2003 par rapport à la première année de fonctionnement. Plusieurs voyageurs locaux et internationaux proposent les sites dans leurs circuits.

Le projet a eu un impact considérable sur la vision que le gouvernement national avait du tourisme. Le ministère du Tourisme a exploité l'expérience acquise grâce au projet

pour défendre en conseil des ministres l'idée de faire de l'écotourisme une priorité, en tant que secteur porteur contribuant à la lutte contre la pauvreté ; il a également suggéré de l'inscrire dans la Stratégie nationale de réduction de la pauvreté du pays. L'intensification des efforts du ministère des Finances en direction du tourisme, avec l'augmentation de la dotation budgétaire au développement de ce secteur, est également en partie une conséquence du projet. Celui-ci a également permis au gouvernement d'obtenir des fonds HIPC (Heavily Endebted Poor Countries) de la Banque mondiale pour des projets de tourisme, en montrant que ces projets apportent une contribution réelle à la lutte contre la pauvreté.

### **Capacités gouvernementales à différents niveaux**

Le projet a sollicité la participation du gouvernement sur les questions concrètes de développement du tourisme et de nécessité d'adapter la politique et la démarche pour intégrer les objectifs de durabilité. Mais il a aussi mis en évidence plusieurs points faibles et problèmes auxquels il convient de s'attaquer et qui pourraient concerner également d'autres pays à la recherche d'un tourisme plus durable.

En tant qu'administration responsable du développement du tourisme possédant des bureaux et du personnel dans toutes les régions du Ghana, l'Office du tourisme du Ghana est freiné dans son action par un sérieux manque de ressources et de compétences. Il souffre également de l'absence de directives de la part des pouvoirs publics qui fait que l'essentiel des efforts portent sur l'administration plutôt que sur le développement et le marketing. De ce fait, il a tendance à soutenir le développement des attractions plutôt que l'initiative, avec à la clé le risque de perdre des occasions de génération de revenus. Par ailleurs, la distinction entre les activités de l'Office de tourisme et celles du ministère du Tourisme manque de clarté.

Les autres ministères connexes n'accordent pas suffisamment d'importance au tourisme. C'est le cas notamment du ministère du Territoire et des Forêts, responsable des aires protégées. L'utilisation des parcs à des fins touristiques est un objectif mal formulé, alors qu'il est d'importance critique pour le tourisme durable, en particulier parce que les parcs font partie des rares espaces où le régime foncier a été clarifié et garanti par le gouvernement. Il est important que la conservation et l'utilisation des parcs pour le tourisme durable soit défendu face aux intérêts miniers et forestiers. Il est possible que la notoriété acquise par le tourisme durable grâce au projet ainsi que l'intérêt suscité au sein du ministère des Finances renforcent l'influence qui peut être exercée sur les autres ministères dans ce domaine.

Au niveau des Assemblées de district (DA), l'utilisation des revenus produits au niveau local pose des problèmes. Les assemblées peuvent taxer les activités économiques de leur territoire afin d'améliorer les infrastructures et les services locaux, tels que la distribution d'eau et d'électricité et le réseau routier. Ces services sont très médiocres dans beaucoup d'endroits concernés par le projet et leur amélioration serait un moyen



Canoës au village sur pilotis de Nzulezu

*Illustration: Kathryn Buren*

pour les communautés de bénéficier des recettes du tourisme. Or, les assemblées qui prélèvent actuellement un impôt sur les revenus des initiatives de tourisme local n'apportent pas ces améliorations. Il faut trouver une solution à ce problème.

### ***Instruments employés pour soutenir le développement durable***

Le projet a habilement utilisé plusieurs outils pour développer le produit et soutenir la durabilité, notamment :

#### *Collecte et diffusion de données*

La collecte régulière de données sur le nombre de visiteurs, leurs dépenses, les recettes et l'emploi a été très importante, non seulement pour gérer le projet et suivre les progrès, mais aussi pour fournir des preuves aux ministères concernés. Ce sont ces données, et elles seules, qui ont convaincu le gouvernement de la valeur du tourisme rural au Ghana.

#### *Consultation des communautés*

On a veillé à consulter les communautés à travers les structures de gouvernance officielles mais aussi traditionnelles : assemblées de district élues et chefs traditionnels.

#### *Évaluation du projet par rapport à des critères de faisabilité et de viabilité*

Une démarche d'évaluation systématique des propositions a été adoptée. Les communautés et particuliers intéressés peuvent d'abord contacter les bureaux régionaux de l'Office de tourisme du Ghana. La première étape consiste alors à vérifier plusieurs critères élémentaires concernant l'accessibilité, l'intérêt général pour les visiteurs, la capacité de produire des bénéfices au niveau local, le régime foncier et les liens avec d'autres attractions. Si ces critères sont satisfaits, une consultation officielle de la communauté est organisée pour déterminer le degré de consensus sur le projet. Si un consensus se dégage, des contrôles plus spécifiques sont effectués, notamment par rapport à des critères de développement plus détaillés liés au développement durable tels que : structures de propriété collective, répartition des bénéfices, participation des femmes et des jeunes, capacité environnementale et sociale limite, contribution à la lutte contre la pauvreté et conservation de la biodiversité.

#### *Financement prenant en compte les critères de durabilité*

Le niveau et la nature des aides financières aux projets locaux sont également évalués par rapport aux critères susmentionnés. Elles peuvent prendre la forme de subventions (appliquées aux attractions générales et utilisées en partie pour en atténuer les impacts négatifs, par exemple des mesures de régulation d'accès et d'élimination des ordures ménagères) ou de prêts (appliqués au développement d'une entreprise qui a eu des avantages mesurables et importants pour la communauté grâce à un plan de répartition des bénéfices). Des critères ont également été définis pour supprimer l'aide.

#### *Arrêts pour réguler l'utilisation*

La plupart des projets concernent des sites du patrimoine naturel ou culturel. Si les lois tribales empêchent souvent tout mauvais usage de ces sites, il a été jugé nécessaire de prendre des arrêtés officiels pour les renforcer. Ces derniers sont principalement destinés à limiter les activités préjudiciables éventuelles des communautés et des visiteurs, comme la chasse, l'extraction, la circulation de véhicules, etc. La souscription des communautés à ces arrêtés est une preuve supplémentaire de leur adhésion aux principes du tourisme durable.



## Mexique :

### Action 21 pour le tourisme au Mexique

*Vaste initiative pour rendre le tourisme plus durable, basée sur un cadre établi grâce à la collaboration de plusieurs administrations centrales et mis en œuvre dans le cadre de partenariats locaux grâce à une série d'instruments*

Cette initiative de grande envergure repose sur des principes issus du Sommet Planète Terre de 1992 et de son programme Action 21. Elle tient également compte des politiques et déclarations internationales et régionales qui se sont succédées depuis, comme l'instauration d'une zone de tourisme durable dans les Caraïbes en 1999, ou le programme *Action 21 pour le tourisme* du Conseil mondial du tourisme (WTTC) et de l'OMT, ainsi que de l'attention accordée au tourisme durable au Sommet mondial sur le développement durable en 2002.

C'est aussi une réponse à l'évolution du marché et aux enjeux fondamentaux auxquels est confronté le secteur du tourisme au Mexique. Le tourisme est une des grandes priorités du gouvernement mexicain. Le programme national de tourisme 2001-2006 insiste clairement sur le fait que le tourisme doit être l'un des principaux exemples de développement régional équilibré. Mais un état des lieux du secteur montre que les destinations mexicaines sont confrontées à des problèmes environnementaux et sociaux, tels qu'une croissance urbaine anarchique près des principaux centres touristiques, la détérioration de l'environnement et la perte d'identité culturelle. Bien que le tourisme représente une part importante du PIB, il n'est pas suffisamment bien intégré dans les économies locales pour apporter des bénéfices maximum aux communautés locales.

Le Mexique est également conscient que les touristes sont de mieux en mieux informés, utilisent les nouvelles technologies afin d'avoir plus d'informations pour choisir leurs destinations et seront sensibles à toute modification d'aspects comme les transports, la situation géopolitique, la sécurité, ainsi qu'à tout changement social et culturel.

Le programme Action 21 concerne des stations touristiques connues depuis longtemps comme Ixtapa-Zihuatanejo



Tous ces facteurs font apparaître la nécessité, dans la planification et le développement du tourisme, de tenir davantage compte des besoins des visiteurs et des impacts économiques, sociaux et environnementaux.

### *Une structure politique intégrée*

Le programme Action 21 pour le tourisme au Mexique est une initiative conjointe de SECTUR (ministère du Tourisme) et de SEMARNAT (ministère de l'Environnement et des Ressources naturelles). Il a été lancé en 2002 avec le soutien de l'OMT. Il propose essentiellement un outil pour améliorer l'impact du tourisme au niveau municipal (destination locale), avec le soutien des autorités au niveau des États et un processus développé, coordonné et défendu au niveau fédéral.



Préserver le caractère historique de San Miguel de Allende

L'initiative, qui s'inscrit résolument dans la politique nationale puisqu'elle découle du Plan de développement national 2001-2006 définissant une vision globale pour le Mexique à l'horizon 2025, est rattachée à deux programmes d'action : le programme national pour l'environnement et les ressources naturelles, et le programme national pour le tourisme. Ce dernier fait du « maintien de destinations de tourisme durable » l'une des quatre grandes lignes d'action visant notamment à améliorer et intégrer la planification au niveau local avec le soutien des trois niveaux de gouvernement.

Cette démarche s'est appuyée sur une vaste campagne de consultation avec la participation de groupes de pression et des tables rondes réunissant les pouvoirs publics, le secteur privé, des universitaires et des ONG. Des réunions pour débattre des propositions initiales ont été organisées avec des organismes touristiques et environnementaux et une campagne de consultation par Internet a également été lancée.

### *Un cadre en sept parties*

L'aspect le plus intéressant de l'initiative mexicaine est le vaste cadre d'action en sept points qui a été établi.

1. Mise en œuvre d'un programme Action 21 local dans les municipalités ayant des activités touristiques. Définition d'un modèle intégré de gestion des destinations axé sur la durabilité, mais suffisamment souple pour tenir compte de la situation et des opinions locales. Des projets pilotes ont été lancés dans cinq destinations. La démarche a été depuis élargie à 25 grandes destinations mexicaines et pourrait être étendue à l'ensemble du pays. Les résultats sont communiqués aux acteurs concernés, aux communautés et aux touristes.
2. Élaboration d'un système d'indicateurs du tourisme durable. Le recours à des indicateurs admis par tous est reconnu comme étant un instrument très puissant pour renforcer la durabilité du tourisme. Des indicateurs ont été élaborés pour différents types de destination, testés dans les régions pilotes, puis appliqués à toutes les destinations.

3. Promouvoir de meilleures pratiques environnementales dans les entreprises et les destinations. Élaboration de normes et développement d'un programme pour la conservation de l'eau à l'intention des prestataires de services touristiques, et mise en place d'un programme global de certification de la durabilité et de labels pour les hôtels, les autres entreprises de tourisme et les destinations.
4. Mise en place d'incitations pour les activités de tourisme durable. Priorité des programmes d'aide financière provenant de différentes sources, en mettant l'accent sur les programmes spécialement destinés aux PME, et communication d'informations sur ces sources.
5. Mise en œuvre d'un programme de formation et de transfert de technologies. Perfectionnement des ressources humaines pour soutenir la durabilité des entreprises et des destinations par une formation basée sur l'évaluation des besoins, le soin apporté à la conception des stages et aux méthodes pédagogiques et des comparaisons des résultats. Les exemples de réussite sont diffusés, tandis que l'enseignement et la recherche universitaires sur la durabilité du tourisme sont régulièrement actualisés.
6. Utilisation de la législation environnementale comme base pour un développement intégré. Inclusion de la participation aux programmes de gestion et de protection des zones côtières et étude, application et développement de la législation environnementale et de son application dans le processus d'aménagement du territoire des destinations touristiques.
7. Mise en place de projets d'écotourisme dans les aires naturelles protégées. Collaboration avec les communautés locales pour définir un modèle et une méthodologie de développement de l'écotourisme dans les aires protégées, détermination des domaines dans lesquels l'écotourisme a des chances de succès, investissement dans les infrastructures nécessaires telles que centres d'accueil des visiteurs et sentiers de randonnée, formation des entreprises et des guides, marketing et diffusion.



Oaxaca, site du patrimoine mondial de l'UNESCO qui participe à Action 21

### **Application du cadre**

Au milieu de l'année 2004, le programme Action 21 local a été lancé dans 5 régions pilotes, suivies de 15 autres destinations. Ces dernières ont été choisies parmi sept catégories de sites : grandes stations touristique intégralement planifiées (Cancun) ; stations balnéaires (Acapulco) ; grandes villes (Tijuana) ; villes moyennes (Merida) ; villes du patrimoine mondial (Oaxaca) ; villes extraordinaires (appellation nationale des lieux culturellement riches, par ex. Cuetzalan) ; et zones naturelles (Jalcomulco). Le programme est en cours de mise en place dans 12 autres localités.

Un Comité du programme Action 21 dans chaque localité est chargé de coordonner et de suivre le programme. Le département du tourisme de l'administration de l'État joue le rôle de chef de file au niveau de l'État et assure la liaison avec les autres services de l'État ainsi qu'avec le Secrétariat au tourisme fédéral. Ce dernier fait également partie du Comité en tant que conseiller technique et assure la liaison avec les autres instances fédérales.

Chaque Comité a fait des propositions d'action pour renforcer la durabilité du tourisme, en concertation avec les différents acteurs aux trois niveaux (local, État et fédéral) et en tenant compte de la diversité et de la spécificité de chaque localité.

Un système d'indicateurs de tourisme durable a été institué et utilisé pour faire un diagnostic préliminaire de l'état de durabilité du tourisme et des mesures d'amélioration possibles dans chacune des destinations. Cette démarche s'est avérée déterminante pour identifier et présenter les problèmes à chaque comité, ainsi que pour aider à la prise de décision. Ces diagnostics de départ sont vérifiés par les acteurs locaux.

Les indicateurs couvrent :

- l'impact sur l'environnement : approvisionnement en eau douce, niveau de consommation d'eau, traitement/assainissement de l'eau, consommation d'énergie, qualité de l'air, production de déchets, gestion et recyclage des déchets, éducation à l'environnement ;
- l'impact socio-économique : niveau de chômage, contribution à l'économie locale, contribution aux impôts locaux sur le revenu, bien-être et mobilisation de la population locale, pression démographique, sécurité, accès ;
- l'offre et la demande touristiques : satisfaction des visiteurs, niveaux des dépenses des visiteurs, taux d'occupation et saisonnalité, qualité et prix de l'offre, certification, attractivité de la destination, qualité des eaux de baignade ;
- l'aménagement urbain : programmes de législation régissant l'urbanisme et l'environnement, maîtrise de la croissance urbaine, mise en place d'infrastructures, situation du logement, préservation de l'image (architecture et paysages).

Un programme de certification de la qualité environnementale a été mis en place pour les entreprises de tourisme et des certificats ont été délivrés surtout à des hôtels, mais aussi à d'autres structures comme les ports de plaisance et les attractions. Dans le domaine des échanges techniques, des ateliers ont été organisés avec l'OMT sur l'application du programme Action 21 local dans les destinations touristiques et avec la Banque mondiale sur la certification internationale des plages. De nombreux exposés ont en outre été faits lors de tous les grands forums commerciaux, universitaires et municipaux, ainsi que pour les acteurs des principales destinations touristiques du Mexique.

Les enjeux futurs sont notamment : le renforcement du fonctionnement des comités chargés des programmes Action 21 locaux, la simplification et le déploiement du système d'indicateurs de tourisme durable, l'augmentation du nombre d'entreprises participant au programme de certification environnementale et le renforcement de la participation des organisations fédérales à l'ensemble de l'initiative.

## **Kaikoura (Nouvelle-Zélande) :**

### **Développement durable d'une petite localité**

*Petite ville rurale située dans un magnifique cadre naturel, accueillant de nombreux touristes amateurs de nature et qui a pris un certain nombre de mesures pour réduire l'impact du tourisme sur l'environnement et sur l'ensemble de la localité, méritant donc véritablement d'être reconnue comme une destination de tourisme durable et ayant obtenu la certification en tant que telle*

Kaikoura se trouve sur la côte Est de l'île du Sud de la Nouvelle-Zélande. La municipalité couvre 2 084 km<sup>2</sup>. Avec seulement 12 employés, le Conseil de district de Kaikoura est la plus petite collectivité locale du continent néo-zélandais.

Kaikoura jouit d'une situation exceptionnelle sur une péninsule de terre encadrée par une haute chaîne de montagnes et l'océan Pacifique. Elle se distingue par une fosse océanique profonde très proche de la côte (500 mètres) qui attire une faune marine d'une grande richesse, notamment des baleines et des dauphins, que les visiteurs peuvent facilement observer.

Dans les années 1980, la ville était en plein déclin économique, des réductions d'activité dans le secteur public et l'agriculture entraînant de nombreuses suppressions d'emplois. Depuis, heureusement, le tourisme s'est considérablement développé, stimulé par la création d'une nouvelle activité : l'observation des baleines. Dans les années 1990 ce développement du tourisme a été pour l'essentiel non planifié et non encadré ; il a obéi aux lois du marché sans que l'on connaisse vraiment ses impacts sur l'environnement et la communauté locale. En 1998, le nombre de visiteurs accueillis par la ville a été estimé à 873 000 (pour une population locale d'à peine 3 483 habitants), avec un taux d'accroissement annuel d'environ 14 %.

La péninsule de Kaikoura  
*Photo: Peter Morath*



### ***Facteurs ayant motivé une démarche de tourisme durable***

Plusieurs raisons ont poussé la localité de Kaikoura à prêter davantage attention à la création de conditions favorables à la durabilité du tourisme, notamment :

- la menace d'une perte d'attrait pour les visiteurs et donc d'une diminution des recettes du tourisme : des enquêtes auprès de visiteurs ont montré que la qualité de l'environnement, notamment du cadre naturel et de la vie marine, était fondamentale pour les touristes. Les visiteurs avaient en outre de Kaikoura l'image d'une destination respectueuse de l'environnement qui ne collait pas avec la réalité. On craignait donc que la déception des visiteurs n'entraîne un ralentissement de l'activité économique semblable à celui observé dans d'autres secteurs ;
- des inquiétudes pour l'environnement : des études ont montré que la qualité de l'environnement était considérée comme aussi importante par les résidents permanents de la ville que par les touristes ;
- un incident local qui a mis en évidence la sensibilité du tourisme aux questions d'environnement. En 2001, un accident de la route a provoqué le déversement d'un chargement de produits chimiques toxiques dans la mer. Même si les dégâts pour l'environnement ont été minimes, Kaikoura a reçu des marchés de visiteurs du monde entier des demandes urgentes d'information sur la situation : le risque de manque à gagner a alors été reconnu ;
- la volonté de développer la capacité de gérer les volumes de déchets. On anticipait la saturation de la décharge de la ville d'ici 2004, en partie à cause de l'augmentation rapide des volumes de déchets résultant du développement du tourisme. Construire un nouveau site aurait représenté une charge financière considérable pour les contribuables locaux. La municipalité a donc préféré se lancer dans une campagne active de réduction des déchets (voir ci-dessous). Le travail commun dans ce domaine a servi de catalyseur à la collaboration sur la gestion de l'environnement au sens large.

### ***Se mettre d'accord sur une stratégie***

Afin de guider l'orientation du tourisme à Kaikoura, le Conseil de district a travaillé avec des représentants de la communauté locale et l'université Lincoln pour produire une stratégie touristique (Kaikoura Tourism Strategy). Cette stratégie est mise en œuvre par un comité (Tourism and Development Committee) qui réunit des conseillers municipaux, des professionnels du tourisme, des membres de la population et de la communauté maori (autochtones), des représentants de l'industrie de la pêche et du secteur privé en général. La participation et l'adhésion de la communauté à la stratégie étaient considérées comme cruciales.

La stratégie touristique était guidée par la nécessité d'agir sur la saisonnalité de l'offre touristique, la longueur des séjours et les bénéfices économiques pour la communauté, en attirant une clientèle plus diversifiée et en créant davantage d'infrastructures locales et d'activités terrestres d'écotourisme. Depuis sa formulation, la stratégie touristique a été harmonisée avec une déclaration de principe plus récente sur la viabilité environnementale et sociale qui confère au Conseil de district des tâches spécifiques en matière de gestion environnementale et de soutien/participation de la communauté et qui est articulée autour du tourisme.

### *Initiatives spécifiques de gestion*

Depuis cinq ans, le Conseil de district, les entreprises locales et la communauté locale travaillent ensemble sur un certain nombre d'initiatives de gestion environnementale qui sont également considérées comme ayant des avantages sociaux et économiques. Au lieu d'être axées uniquement sur le tourisme, ces initiatives visent à améliorer la gestion environnementale globale de Kaikoura, mais les acteurs du tourisme sont considérés comme des participants et bénéficiaires essentiels de cette démarche.

#### *Gestion des déchets*

La gestion des déchets à Kaikoura est un exemple de partenariat solide entre des militants de la communauté à l'origine de quelques initiatives de première heure et le Conseil de district. Elle est désormais assurée par Innovative Waste Kaikoura (IWK), joint venture à but non lucratif qui réunit le Conseil de district (participation de 49 %) et une société collective (participation de 51 %). Cette structure de partenariat garantit la propriété collective et la possibilité de recueillir des fonds auprès d'organismes de bienfaisance, tout en bénéficiant de la volonté politique et de la sécurité financière permises par la participation des collectivités locales.



La collecte des ordures a été interrompue et remplacée par un service de recyclage qui a rapidement permis de réduire de 30 % le volume de déchets mis en décharge. Ce chiffre a ensuite dépassé 65 % grâce à une série de mesures d'accompagnement telles que :

- l'investissement dans une installation de compression et de compostage des ordures ;
- le développement du ramassage des matières recyclables produites par les entreprises ;
- l'élaboration d'un protocole de gestion des déchets qui explique aux entreprises comment réduire leur production de déchets et faire des économies ; il est obligatoire pour autoriser tout nouvel aménagement ;
- l'ouverture d'un magasin d'articles d'occasion et le développement de produits commercialisables issus du flux de déchets.

La communauté s'est fixé l'objectif de « zéro déchet » à l'horizon 2015.

Le « Trash to Fashion Show » (défilé de vêtements confectionnés à partir de matières recyclées), qui permet d'attirer les visiteurs pendant la basse saison, est un exemple d'innovation promotionnelle dans le cadre de la campagne de recyclage des déchets liée aux objectifs de tourisme durable

#### *Reboisement pour compenser les émissions de CO2*

Une étude sur les volumes de gaz à effet de serre générés par la communauté a estimé qu'il faudrait planter 2 millions d'arbres pour compenser les émissions de CO2



Gestion des déchets – hangar de stockage des déchets récupérés (image du haut) et presse-ordures (en dessous)

produites. C'est donc l'objectif qui a été adopté dans le cadre du projet « *Trees for Travellers* » qui consiste à cultiver des variétés d'arbres locales sur le compost produit par le programme de recyclage des déchets. Ces arbres sont vendus aux touristes qui peuvent suivre leur développement via Internet. Le projet a également une finalité sociale, puisqu'il emploie, pour les travaux de reproduction et de plantation, des jeunes qui ont eu des démêlés avec la police.

#### *Initiatives d'efficacité énergétique*

Un projet d'efficacité énergétique à l'intention des petites entreprises a été lancé avec le soutien du Conseil de district. Il prend la forme de prestations de conseil et de renforcement des capacités offertes à 10 entreprises locales par an ; il dresse un bilan de leur consommation d'énergie, puis élabore et met en œuvre des propositions pour la réduire. Le Conseil a montré l'exemple en réduisant sa propre consommation d'énergie dans le cadre du programme « *Energy wise councils* ».

#### *Biodiversité et gestion des sols et de la côte*

Divers projets ont été lancés pour renforcer la biodiversité, notamment l'introduction de pratiques traditionnelles maori de gestion de la vie marine et de prévention de la surexploitation du poisson, et la collaboration avec des propriétaires privés pour la gestion des cours d'eau, des zones humides et autres habitats. Des zones d'importance internationale, nationale et locale pour la biodiversité ont été identifiées ; leurs propriétaires sont encouragés et aidés à les protéger par des exonérations d'impôts locaux, des conventions privées et la création de réserves. Des chantiers de travail volontaire ont été organisés par le Conseil de district et IWK, avec le concours du British Trust for Conservation Volunteers ; les volontaires ont participé au projet *Trees for Travellers* et à l'aménagement de sentiers pour les visiteurs.

#### **Certification de la destination**

En 2001, Kaikoura a eu la possibilité de faire partie des premières communautés pilotes à engager une procédure de certification en tant que destination durable dans le cadre du programme international Green Globe 21. C'était, pour la communauté, l'occasion de regrouper les diverses initiatives séparées déjà engagées et de jeter les fondements d'un engagement à long terme.

Après avoir souscrit au processus, la communauté a dû se lancer dans une vaste campagne de mesures et de comparaisons dans 10 domaines obligatoires : existence d'une politique de développement durable ; nombre d'entreprises de tourisme individuelles bénéficiant d'une homologation environnementale ; consommation d'énergie ; émissions de gaz à effet de serre ; consommation d'eau potable ; conservation des ressources ; production de déchets ; qualité de l'air ; qualité de l'eau ; biodiversité. Le bien-être de la communauté figurait également à titre de thème social facultatif, mesuré par une enquête auprès des résidents locaux. Enfin, un autre thème local, correspondant à une menace locale particulière, a été ajouté : le nombre d'accidents de la route entraînant des déversements de produits chimiques.

Pour obtenir la certification, Kaikoura a dû également montrer qu'elle respectait un certain nombre de principes en matière de gestion, notamment : la volonté politique de l'autorité principale ; le respect de toutes les prescriptions légales et réglementaires ; la planification environnementale et sociale ; la consultation et la communication avec



les différents acteurs concernés. La communauté a dû également se soumettre à une inspection et à un contrôle annuels externes.

Kaikoura a finalement obtenu la certification Green Globe en 2004. Son expérience met en évidence l'énorme travail et les difficultés associés à la collecte des données indispensables pour mesurer de façon fiable l'impact du tourisme au niveau local, en tenant compte des impacts de la population résidente et de ceux des touristes. Mais le processus s'est avéré précieux pour sensibiliser et mobiliser davantage la communauté en faveur d'une gestion durable. Il offre un cadre permanent pour surveiller et gérer les impacts. Il a également renforcé l'image de Kaikoura sur le marché du tourisme en tant que destination qui peut désormais se vanter, à juste titre, non seulement d'offrir une expérience de qualité aux amoureux de la nature, mais aussi de prendre soin de l'environnement.

### ***Liens avec la politique et l'action publique au niveau national***

Kaikoura est un exemple d'approche de la problématique du tourisme durable privilégiant les initiatives partant de la base dans une petite localité. Elle a reposé sur le dynamisme et la volonté de la communauté et des collectivités territoriales travaillant en partenariat.

Au niveau national, le gouvernement néo-zélandais a reconnu l'importance des initiatives locales de ce type. Il cite souvent Kaikoura comme exemple de bonne pratique. La démarche s'intègre parfaitement dans la stratégie touristique néo-zélandaise à l'horizon 2010 dont l'un des quatre grands objectifs est de « garantir et conserver un futur à long terme ». Cette vision exprime une volonté de conserver et préserver l'environnement et la culture de la Nouvelle-Zélande dans un esprit de « *kaikiakitanga* » (mot maori signifiant « tutelle »). Le slogan marketing du pays, « *100 % pur* », est une affirmation qui doit être corroborée par une gestion saine de l'environnement.



Dauphins Dusky – l'observation des baleines et des dauphins est la principale attraction  
*Photo: Dennis Buurman*

Le gouvernement apporte désormais un soutien tangible à la démarche de travail sur le développement durable avec des groupes d'entreprises touristiques et des communautés au niveau local. Les ministères du Tourisme et de l'Environnement ont créé ensemble un nouveau fonds pour six régions ; il financera la mise en œuvre d'un projet de tourisme durable sur trois ans. Les régions devront élaborer une charte du tourisme durable avec l'engagement des entreprises locales de souscrire à ses principes. Un expert en tourisme durable travaillera dans le cadre de chaque projet pour mettre la charte en application.

## **Afrique du Sud :**

### **Le Livre blanc sur le tourisme et les initiatives qui en ont découlé**

*Un pays qui a pris des mesures pour transformer le tourisme en s'inspirant d'un document de politique prospectif qui a donné lieu à une série d'initiatives et d'instruments pour inciter les entreprises et les collectivités à œuvrer pour un tourisme durable en les soutenant dans leur tâche*

L'Afrique du Sud fait partie des destinations qui ont connu la croissance la plus rapide ces dix dernières années. En 2004, elle a enregistré 6,5 millions d'arrivées internationales. Depuis 1994 et l'avènement de la démocratie, de nombreux domaines de la politique sud-africaine ont intégré le concept de développement durable. De plus, le processus d'autonomisation et de transformation de la société sud-africaine, inscrit dans la constitution et issu du Programme de reconstruction et de développement (RDP) élaboré par l'ANC, a été un moteur fondamental de l'action publique.

Considéré comme jouant un rôle crucial dans la mise en œuvre du RDP, le tourisme est devenu l'un des trois principaux secteurs dont le gouvernement soutient la croissance durable. Au milieu des années 1990, le gouvernement a reconnu que le tourisme sud-africain souffrait de nombreuses lacunes, en grande partie parce que cette activité était réservée à quelques privilégiés. Il a également reconnu qu'une nouvelle approche intégrée s'imposait pour stimuler l'esprit d'entreprise, donner aux communautés locales la possibilité de se lancer dans des activités touristiques et surmonter plusieurs lacunes fondamentales comme la mauvaise gestion de l'environnement.

#### **Le Livre blanc sur le tourisme**

La politique touristique de l'Afrique du Sud s'inspire du Livre blanc sur le développement et la promotion du tourisme publié en 1996. Ce document décrit les lacunes évoquées plus haut et tente de s'y attaquer de front. Les principes du tourisme durable (qualifié de « tourisme responsable ») occupent une place plus centrale et sont exposés plus clairement dans ce document de politique générale que dans les politiques et stratégies touristiques nationales équivalentes d'autres pays.

L'accent sur la durabilité est le résultat de la vaste consultation à laquelle avait donné lieu le Livre vert publié antérieurement avec l'organisation de 10 ateliers dans le pays et la soumission de nombreuses propositions écrites. Cette consultation a mis en évidence les profondes inquiétudes des communautés locales à propos de leur participation au tourisme, préoccupations que les politiques se sont efforcées par la suite de prendre en compte.

Les principes du tourisme responsable couvrent les aspects économiques, sociaux et environnementaux. Le Livre blanc décrit 15 moyens pour le gouvernement de faciliter la mise en œuvre d'un tourisme responsable, à savoir : en donner une définition ; soutenir la certification ; mettre en place des incitations et des avantages marketing pour les entreprises responsables ; encourager les programmes et liens

créatifs ; aider activement les communautés locales à développer le tourisme. Les déclarations de politique générale du Livre blanc traduisent cette approche.

### ***Diffuser la politique à travers des lignes directrices***

Le Livre blanc a eu une grande influence sur la politique et l'activité du secteur du tourisme.

Dans le prolongement du Livre blanc, des *Lignes directrices pour un tourisme responsable* ont été publiées et distribuées sous forme de brochure. L'élaboration des lignes directrices a suscité un grand enthousiasme. Elles offrent un cadre de base aux acteurs du public et du privé, l'idée étant que des associations professionnelles, des groupes géographiques, etc. les utilisent pour élaborer leurs propres codes de conduite. C'est ce que certains ont fait.

Les provinces ont toutes été associées à l'élaboration des lignes directrices, apportant leur soutien à leur promotion et à leur mise en œuvre. Pour cela, elles ont créé des fonctions touristiques et élaboré des politiques provinciales et des cadres de planification sensibles au tourisme responsable dans la ligne du Livre blanc.

Pour que les lignes directrices soient plus concrètement utiles aux entreprises, un manuel du tourisme responsable expliquant les mesures qui peuvent être prises, donnant de courts exemples de ce que d'autres ont fait et indiquant les aides possibles a été publié.

### ***Encourager l'adhésion volontaire***

L'approche adoptée par l'Afrique du Sud a été de commencer par encourager l'adhésion volontaire aux principes de durabilité, se réservant la possibilité, en cas d'insuccès, d'employer des instruments juridiques pour soutenir les démarches de tourisme responsable.

Pour prouver leur adhésion au tourisme responsable, les entreprises peuvent engager une démarche de certification. Le programme de label « Fair Trade in Tourism » est

Parc du Drakensberg, province de KwaZulu Natal  
Photo: Sylvie Blangy



axé sur les questions sociales et les relations du travail. L'Hospitality Association, de son côté, décerne des récompenses aux entreprises pratiquant un tourisme responsable intégrant des critères sociaux et environnementaux. Il s'agit de deux programmes de certification indépendants qui bénéficient d'un soutien indirect du gouvernement.

### **Objectifs d'autonomisation de la communauté noire**

Un enjeu clé de la transformation de l'économie et de la société sud-africaines et de sa pérennité est de donner à des groupes jusque-là défavorisés de nouvelles possibilités de contrôler et de tirer profit de différents secteurs de l'économie. Cela



Le tourisme et les communautés locales bénéficient des retombées de la construction du pont  
Photo: Great St Lucia Wetlands Park

suppose une intervention du gouvernement pour créer des conditions favorables à cette transformation. Celle-ci a été lente dans le secteur du tourisme : en 2003, on estimait que seulement 6 % des entreprises de tourisme appartenaient à des Noirs et que seulement 15 % d'hommes noirs et 2 % de femmes noires occupaient des postes de gestion et de contrôle.

La loi de vaste autonomisation économique des Noirs (Broad Based Black Economic Empowerment – BEE - Act) de 2003, encourage les divers secteurs de l'économie à se fixer leurs propres objectifs et calendrier d'autonomisation économique des Noirs. Un

Tourism BEE Scorecard a été élaboré à la suite d'une vaste campagne de consultation des professionnels du tourisme. Il fixe des objectifs à 10 ans et des pondérations dans les domaines suivants : propriété (droit de participation et droits de vote) ; contrôle de gestion ; équité dans l'emploi (proportions de Noirs à tous les niveaux de compétence) ; formation professionnelle ; approvisionnement en priorité auprès de fournisseurs respectant le principe d'autonomisation économique des Noirs ; soutien aux projets communautaires et aux projets de conservation.

### **Formation professionnelle et développement des capacités**

La formation professionnelle est une préoccupation majeure en Afrique du Sud. Un cadre national de qualifications a été créé dans le cadre de la loi relative aux qualifications (South African Qualifications Act). Divers services d'éducation sectorielle ont été institués, par exemple la Tourism, Hospitality and Sport Education and Training Authority chargée de promouvoir l'éducation et la formation professionnelle ainsi que la création de qualifications nationales pour tous les sous-secteurs du tourisme. Le système de qualifications nationales devrait favoriser un investissement plus grand des employeurs dans la formation dans la mesure où il fixe des normes clairement énoncées de compétence par rapport auxquelles on peut mesurer l'impact de la formation.

Les particularités de cette approche, du point de vue des besoins des chômeurs et des groupes traditionnellement défavorisés qui ont des aptitudes pratiques mais une formation de type scolaire limitée, sont :

- le fait d'associer apprentissage et enseignement structuré (formation touristique en alternance) ;
- des qualifications nationales accordées sur la base d'une évaluation concrète sur le lieu de travail plutôt que par un examen écrit ou oral qui peut être discriminatoire à l'égard des personnes ayant des connaissances littéraires limitées ou des difficultés linguistiques.

### **Octroi de concessions et de droits**

L'un des instruments les plus puissants employés par l'Afrique du Sud est l'imposition aux aménageurs ou opérateurs d'infrastructures touristiques de conditions pour obtenir un permis de construire ou une concession d'exploitation d'espaces sous contrôle du gouvernement. Les concessions sont utilisées par le gouvernement pour mobiliser des moyens en vue de mettre en valeur et de gérer les ressources naturelles du pays aux fins de développement socio-économique. Les conditions imposées consistent souvent à demander aux aménageurs de produire des propositions de participation de la communauté aux projets et aux bénéfices qui en découlent.

On peut citer comme exemple les concessions octroyées par l'administration sud-africaine des parcs nationaux (South African National Parks) à des sociétés de safari, à des restaurateurs et gérants de boutiques associés au Parc national Kruger. Les concessionnaires se sont engagés à recruter 79 % de leur personnel dans les communautés traditionnellement défavorisées qui vivent à proximité du parc, objectif qui a effectivement été atteint. Parallèlement, on a observé une amélioration de la qualité des services fournis aux visiteurs et une augmentation des fonds affectés à la conservation.

Le gouvernement reconnaît qu'il est important de créer des conditions favorables à l'exercice d'un plus grand contrôle des communautés sur les opérateurs du secteur privé et sur les bénéfices qu'elles peuvent en tirer. Dans de nombreux cas, les droits de propriété communale auraient besoin d'être clarifiés ; c'est important pour permettre aux communautés de négocier des concessions avec les aménageurs.

Le ministère des Finances a pris l'initiative d'appliquer une panoplie d'outils pour les partenariats public-privé à vocation touristique, reconnaissant que ces partenariats offrent des avantages considérables en termes de création d'emplois, de lutte contre la pauvreté, d'investissement en infrastructures, de formation professionnelle, d'autonomisation économique des Noirs et de promotion du tourisme dans les régions particulièrement marginalisées du pays. Ces outils guident pas à pas les parties intéressées dans le processus de planification et de mise en place d'activités fondées sur un partenariat entre le public et le privé. Le but est de rendre plus sûrs et plus cohérents les investissements commerciaux à vocation touristique sur les terrains domaniaux.

Cuisinières stagiaires participant à un programme de formation dans le domaine du tourisme

*Photo: Great St Lucia Wetlands Park*



### ***Aménagement du territoire et incitations financières***

Depuis 10 ans, le gouvernement applique une approche stratégique de l'aménagement du territoire à des fins touristiques en désignant des sites et couloirs prioritaires pour les investissements touristiques. Dans certains de ces lieux, il souhaite accroître les bénéfices pour les communautés locales et mettre fin aux dégâts économiques du passé. Parmi les différents types de zones désignés pour des activités d'aménagement ou de gestion figurent :

- les initiatives d'aménagement du territoire : de vastes zones ou couloirs de développement attirant les investissements et une approche holistique du développement, notamment touristique ;
- les zones prioritaires d'investissement en infrastructures touristiques : espaces limités considérés comme offrant une nouvelle possibilité d'accroissement des bénéfices du tourisme et constituant une priorité pour l'investissement touristique ;
- les pôles touristiques : zones dans lesquelles les entreprises de tourisme s'associent dans le cadre de promotions et initiatives conjointes, coordonnées par les associations locales de gestion des destinations ;
- les parcs ou zones de conservation transfrontaliers : vastes zones d'écosystèmes importants exigeant une gestion intégrée, où le tourisme de nature est l'une des conditions pour garantir la conservation tout en procurant des moyens de subsistance durables à des communautés souvent marginalisées.

Ces désignations ont contribué à stimuler l'activité économique dans la zone considérée. Des incitations financières et des services de conseils aux entreprises ont été mis en place pour aider les PME et les micro-entreprises ; celles-ci doivent fournir la preuve qu'elles ont adopté une approche responsable du tourisme pour bénéficier de certains avantages ou être prioritaires. Certaines incitations visent spécifiquement les zones de développement mentionnées ci-dessus, tandis que d'autres sont d'application plus large. En s'inspirant des Lignes directrices pour un tourisme responsable formulées par le gouvernement et évoquées plus haut, la Banque de développement d'Afrique australe a élaboré ses propres directives pour faciliter l'évaluation des propositions de projets de tourisme responsable.

### ***Transformation et compétitivité***

En conclusion, l'Afrique du Sud offre un bon exemple d'approche cohérente du tourisme durable au moyen de politiques et d'instruments inspirés d'un document de politique générale audacieux et faisant du développement durable une priorité.

Le cas de l'Afrique du Sud montre l'avantage d'une volonté claire de l'État de transformer le tourisme, avec une orientation claire de la politique : élargir l'offre touristique, la rendre plus équitable et offrir de nouveaux créneaux à des groupes de population jusque-là défavorisés. La valeur de cette approche du point de vue des performances et de l'image du tourisme dans son ensemble est également évidente. Une étude de compétitivité mondiale menée par le gouvernement a montré les bénéfices potentiels d'une transformation du tourisme, par exemple par l'innovation, l'élargissement de l'offre de produits, l'authenticité des activités et attractions proposées, des mesures de stimulation de la croissance et la répartition des bénéfices économiques dans tout le pays.

## Calvià (Espagne) :

### Programme Action 21 local et modernisation d'un centre touristique

*Une grande région balnéaire souffrant d'un environnement dégradé et d'une perte d'attrait pour les visiteurs qui a conduit la communauté et les acteurs du tourisme à s'associer pour préparer et mettre en œuvre un plan d'amélioration à long terme selon les principes de durabilité*

Calvià est un exemple de destination touristique très fréquentée qui, à la fin des années 1980, s'est trouvée confrontée à un déclin économique, social et environnemental à cause de la pression du tourisme. Pourtant, grâce à une approche intégrée et collaborative de la mise en œuvre de politiques de tourisme durable basée sur le processus participatif du programme Action 21 local, la municipalité s'est vu décerner de nombreuses récompenses internationales dans le domaine de la gestion de l'environnement et du développement durable.

#### *Contexte et raisons de l'adoption d'une approche de tourisme durable*

Calvià se trouve sur la côte Sud de l'île de Majorque, la plus grande des îles Baléares. Cette station estivale située à moins de 2 heures d'avion de la plupart des grandes villes est l'une des plus fréquentées de la Méditerranée. Elle couvre six zones touristiques comprenant 60 kilomètres de côte, 27 plages et 120 000 installations touristiques. Chaque année, elle accueille 1,6 million de touristes, principalement entre mai et septembre. En 2002, 95 % des emplois étaient liés au tourisme et le PIB de Calvià était supérieur à la moyenne européenne.

A partir des années 1960 jusqu'à la fin des années 1980, Calvià a connu une croissance rapide en tant que destination touristique (de 3 000 habitants en 1972, elle est passée à 50 000 en 2003). Mais cette croissance était alimentée par un profit économique à court terme : un modèle basé sur de gros volumes, la concurrence des prix et une formule de vacances standardisée axée exclusivement sur le soleil, la mer et le sable. Cette croissance rapide a eu des conséquences néfastes sur l'attrait de Calvià en tant que destination touristique, tandis que la pression humaine multipliée par cent et excédant la capacité de la côte a fait chuter le tourisme de près de 20 % entre 1988 et 1991. La dégradation de l'environnement de l'île, la détérioration des systèmes sociaux et la menace d'un nouveau déclin du tourisme ont poussé la municipalité de Calvià à rechercher une approche plus durable.

#### *Le programme Action21 local*

Au début des années 1990, la municipalité de Calvià a entrepris un diagnostic technique approfondi de la région du point de vue des trois piliers du développement durable (social, environnemental et économique). En mai 1995, le diagnostic a été rendu public via un document initial proposant



Sondage auprès des citoyens sur le développement durable

un concept de modèle touristique plus durable et d'autres scénarios de croissance : maintien du niveau de croissance ou adoption d'une approche différente basée sur la remise en état, une croissance contenue et le développement durable.

Les membres d'un forum local de représentants des entreprises, du gouvernement et de la communauté sont tombés d'accord à l'unanimité sur la nécessité d'un plan d'action local pour rendre la région plus durable. Il fallait un plan d'action intégré pour tous les aspects de l'avenir de Calvià, mais réservant une place centrale au tourisme dans la mesure où ce dernier dominait l'économie locale.



Tourisme de masse, plage de Magaluf

De 1995 à 1997, un énorme travail a été fait en collaboration avec l'université, des experts techniques et le secteur privé pour élaborer le plan. Celui-ci s'articule autour de six domaines thématiques clés (population et qualité de la vie ; écologie ; patrimoine culturel ; économie ; urbanisme ; et secteurs environnementaux clés) qui ont fait chacun l'objet d'une étude, de commissions et de rapports

distincts. Vingt-sept domaines de référence et plus de 750 indicateurs ont été identifiés. Les résultats ont été ensuite communiqués au public dans le cadre d'un Forum des Citoyens, avant d'être officiellement acceptés et intégrés dans le plan d'action Action 21 local de Calvià qui a été approuvé en 1997.

Le plan d'action comportait 40 initiatives qui s'inscrivaient dans 10 lignes d'action stratégiques, à savoir :

1. contenir la pression humaine, limiter la croissance et encourager la remise en état complète du territoire et de sa zone côtière ;
2. promouvoir l'intégration, la coexistence et la qualité de vie des citoyens résidents ;
3. protéger le patrimoine naturel et marin et encourager l'instauration d'une taxe régionale sur le tourisme dont le produit serait utilisé pour l'environnement ;
4. remettre en état le patrimoine historique, culturel et naturel ;
5. promouvoir la réhabilitation totale des quartiers résidentiels et touristiques ;
6. améliorer l'attrait de Calvià en tant que destination touristique, en privilégiant la qualité durable plutôt que la croissance, en augmentant les dépenses par visiteur et en recherchant un étalement plus équilibré de la saison touristique ;
7. améliorer les transports publics et encourager les gens à se déplacer à pied ou en vélo dans les centres-villes ou d'un centre-ville à l'autre ;
8. introduire la gestion durable dans les principaux domaines environnementaux : eau, énergie et déchets ;
9. investir dans les ressources humaines et le savoir pour diversifier le système financier ;
10. adopter des méthodes de gestion municipale innovantes et augmenter la capacité d'investissement public/privé planifiée.



### ***Principaux aspects de la participation du gouvernement***

L'approche de la municipalité de Calvià pour obtenir le soutien et la participation au plan d'action reposait sur plusieurs aspects importants, notamment :

*Une meilleure compréhension de l'importance du tourisme et de sa durabilité*  
Cela supposait de faire pression pour que le tourisme soit reconnu comme un secteur stratégique primordial et d'éduquer hommes politiques et techniciens sur le développement durable.

*L'engagement et le soutien de la population locale*  
La diffusion et la communication à la population locale des propositions d'initiatives étaient jugées impératives. En 1998, des signatures de soutien au plan d'action ont été recueillies auprès de plus de 25 % de la population.

*Des priorités clairement définies, basées sur une vision consensuelle*  
La municipalité a travaillé en étroite collaboration avec les hôteliers, les voyagistes et d'autres acteurs du secteur privé tels que des ports de plaisance, des syndicats et des écoles de formation professionnelle pour parvenir à un consensus sur les actions prioritaires. Dans le cadre de cette consultation, un vote a été organisé pour déterminer les initiatives à engager immédiatement et celles qui pouvaient être prises à plus long terme. Après quoi, les priorités ont été clairement définies et des budgets privés et publics alloués à chaque initiative.

*La mise en place d'un système de suivi et d'évaluation*  
Un gros travail préalable de diagnostic et de recherche (parallèlement à la définition des divers indicateurs) a permis à Calvià de comparer, évaluer et suivre les progrès. Cette étape a été fondamentale, permettant une approche capable de s'adapter à l'évolution des priorités et des conditions.

Quelques-unes des actions mises en œuvre depuis 1997 sont présentées ci-après.

### ***Urbanisme et rénovation***

Le système d'urbanisme a été un outil majeur pour mettre en œuvre la nouvelle orientation/approche. Il a été utilisé pour déclasser des terrains auparavant affectés au développement urbain. Mille sept cents hectares de terrains à bâtir ont été déclassés. Plus de 30 plans d'assainissement ont été menés à bien entre 1993 et 2002, avec démolition de bâtiments et rachat de parcelles urbaines pour empêcher toute nouvelle construction. En 2004, la surface de bâtiments démolis représentait au total plus de 13 500 m<sup>2</sup> et celle des terres urbaines soustraites à la construction dépassait 50 000 m<sup>2</sup>. Plusieurs hôtels disgracieux et mal situés ont été inclus dans cette opération de démolition. Il n'y a pas eu d'augmentation du nombre d'hôtels pendant cette période.

Un énorme travail d'amélioration des structures d'accueil a également été fait. Les zones touristiques de Magaluf et Palma Nova ont été améliorées en créant des boulevards et des zones piétonnes, ainsi qu'en plantant des arbres, améliorant ainsi la qualité globale du lieu.

Malgré ces changements, l'exemple de Calvià montre qu'il faut légiférer très tôt au cours du processus de développement sur les questions de zonage et d'urbanisme. L'absence

pendant longtemps de tout plan d'urbanisme à Calvià est à l'origine de la sur-urbanisation et d'impacts environnementaux critiques trop importants pour que la tendance puisse être totalement inversée malgré les initiatives prises dans le cadre du plan d'action.

Des améliorations ont été apportées aux infrastructures de transport. Le Paseo de Calvià est un sentier de 40 kilomètres spécialement aménagé pour les piétons et les vélos qui relie les centres urbains ; il est aujourd'hui largement utilisé par les touristes et les résidents. Mais les transports publics restent insuffisants, à cause de facteurs tels qu'une faible intégration dans les autres plans d'aménagement du territoire, le manque de volonté politique suivie, le faible soutien des compagnies de taxi et les faibles taux de fréquentation de la population locale qui préfère l'usage de la voiture individuelle.

### ***Gestion de l'environnement***

Parmi les progrès importants accomplis en matière de protection et de restauration de l'environnement local figure la création d'un parc marin et de zones protégées terrestres pour protéger la faune et la flore sauvages ainsi que les écosystèmes. La pratique du dragage de la mer pour régénérer les plages a été abandonnée et des mesures plus respectueuses de l'environnement ont été prises pour limiter l'érosion. Il existe une nouvelle réglementation pour mouiller et amarrer les bateaux et des propositions de mouillages flottants, que l'on pourrait supprimer en hiver, ont été faites pour limiter les dégâts provoqués par les ancres et la saturation des ports.

Des plans de recyclage et de réduction des déchets urbains ont été mis en œuvre ; le but est d'obtenir que 30 % des ordures ménagères soient triés à la source afin de faciliter le recyclage, de réduire son coût et de diminuer la mise en décharge.

Des efforts ont été faits pour réduire la consommation d'eau, notamment une campagne de sensibilisation et des incitations fiscales. Mais il s'est avéré difficile d'obtenir le soutien de la population locale, peu motivée par des ajustements fiscaux ou une réduction de sa consommation. La demande excède l'offre et il faut continuer à importer de l'eau de l'extérieur. Aujourd'hui, la majeure partie de l'eau potable provient d'une usine de dessalement d'eau de mer située à Palma.

Des mesures ont été prises pour économiser l'énergie, mais les objectifs n'ont pas été atteints. L'une des raisons de cet échec est le coût des équipements utilisant des énergies renouvelables.

### ***Ressources humaines et intégration socioculturelle***

Un point fort de l'approche de Calvià est l'intégration des actions relatives au tourisme et à la qualité de vie de la population locale. L'idée a été acceptée que pour être florissante et durable, un centre touristique devait tenir compte des préoccupations sociales locales. Des programmes ont été mis en place pour lutter contre la criminalité et résoudre les problèmes de logement. Un travail original a été fait pour intégrer les touristes et les immigrants (qui travaillent souvent dans le secteur du tourisme) dans le mode de vie majorquin, notamment des programmes sociaux multiculturels comme la danse, des cours d'espagnol et autres événements culturels.

Malgré plusieurs initiatives du plan d'action, il s'est avéré difficile de changer de façon sensible la base de connaissances dans le secteur touristique par des normes

de formation et d'éducation. Le tourisme de masse continue d'être considéré comme reposant sur une main-d'œuvre peu qualifiée et non formée et l'amélioration du niveau d'éducation n'a pas été considérée comme une priorité par les entreprises de tourisme et la population locale.

### ***Nécessité d'une approche cohérente à long terme***

Dans l'ensemble, la formulation et l'adoption du programme Action 21 local et du plan d'action est un succès. Calvià a montré ce que permet d'obtenir la collaboration au niveau local pour élaborer et diffuser une vision commune et œuvrer pour son accomplissement. Un suivi continu et une gestion adaptative ont également joué un rôle important. Outre les remarques ci-dessus, plusieurs leçons de portée générale peuvent être tirées de cette expérience :

- les acteurs doivent être associés en permanence à la mise en œuvre du plan d'action, pas simplement à la formulation de la politique. Cette règle vaut également pour l'ensemble de la population. Il a été difficile de maintenir la motivation et l'accueil favorable de certaines mesures nécessaires, comme la réduction de la consommation d'eau ;
- il faut donner autant de poids aux questions sociales et environnementales qu'aux moteurs économiques dans tous les aspects du développement. Par exemple, une nouvelle autoroute a été construite à Calvià mais aucun moyen de transport en commun, par ex. un train reliant l'aéroport aux principaux centres touristiques, n'a été mis en place, avec les conséquences que l'on imagine en termes de pollution et d'embouteillages ;
- il faut une source de financement à long terme pour soutenir les efforts de développement durable. A Calvià, de nombreuses initiatives ont été différées ou ne sont plus financées en partie à cause de la suppression de l'écotaxe dans les îles Baléares. Cela empêchera d'atteindre certains objectifs de développement durable ;
- l'intégration et la coopération avec tous les secteurs du gouvernement sont cruciaux pour réaliser l'ensemble des objectifs politiques (par ex. les plans de transport, la protection du milieu marin et les parcs protégés) qui doivent être soutenus au niveau régional et national ;
- le développement durable exige une volonté politique à long terme. Il est fondamental d'élaborer une vision du développement durable et d'obtenir que le plus de partis politiques possible y souscrivent, si l'on veut que les initiatives soient poursuivies et réalisées à terme. Bien que l'équipe municipale de Calvià ait changé en mai 2003, le travail sur le programme Action 21 local pour un tourisme durable se poursuit. Avec des groupes de travail ouverts aux acteurs locaux, aux ONG et à la population locale, Calvià a entrepris d'élaborer un nouveau plan d'action qui prendra en compte les méthodologies et exigences récentes. Ce nouveau plan devrait être achevé à l'été 2005.



Paseo de Calvià : ce sentier qui relie les établissements urbains et ruraux est éclairé par l'énergie solaire

## Écosse (Royaume-Uni) :

### Tourism and Environment Forum et Green Tourism Business Scheme

*Une structure de communication déjà ancienne associée à un programme de certification efficace*

L'Écosse jouit d'un environnement naturel de grande qualité qui, comme l'ont indiqué maintes études, est la raison principale du choix de ce pays comme destination de vacances. Plus de 215 000 emplois en Écosse dépendent du tourisme.

#### *Le Scottish Tourism and Environment Forum*

Le forum écossais du tourisme et de l'environnement est une structure innovante et active qui s'attache à promouvoir la durabilité du tourisme auprès de nombreuses organisations. Lors de sa création, en 1994, il avait ceci de particulier qu'il réunissait et était financé conjointement par les administrations publiques responsables :

- du développement et du marketing du tourisme (VisitScotland) ;
- de la conservation et de la gestion du patrimoine naturel (Scottish Natural Heritage) ; et
- du développement économique (Scottish Enterprise and Highlands & Islands Enterprise).

La lettre d'information du Forum, de présentation attrayante, fait connaître les exemples de bonne pratique

Il a pour mission de : « *permettre au secteur du tourisme écossais de réaliser des bénéfices commerciaux et environnementaux à long terme en encourageant l'utilisation durable de notre patrimoine naturel et bâti incomparable.* »



Outre les administrations susmentionnées, le Forum réunit 17 organisations représentant le pouvoir exécutif, les collectivités locales, les professionnels du tourisme, les services de propriété foncière, d'aménagement du territoire, de conservation et d'éducation.

Cette structure permet au Forum d'être indépendant et de pouvoir en même temps se faire entendre au sein même du gouvernement.

Le Forum n'a ni base législative ni pouvoirs conférés par la loi. Il agit en influençant ceux de ses membres (et d'autres personnes) qui ont ces pouvoirs. Par exemple, des thèmes particuliers peuvent être débattus au sein du forum et déboucher sur des avis consultatifs ou des conclusions générales dont les membres peuvent s'inspirer dans leurs organismes respectifs. L'une des clés du succès de cette structure a été de réunir les bonnes personnes autour de la table et de parvenir à un juste équilibre entre les parties intéressées. Le Forum fonctionne ainsi comme une sorte de groupe de pression interne pour un tourisme plus durable.

### ***Convenir ensemble des objectifs pour un tourisme durable***

En 2004, le Forum a donné une nouvelle orientation à son travail d'influence sur les politiques et mesures touristiques écossaises en publiant une déclaration intitulée *Scotland... Towards Sustainable Tourism*. Cette initiative a été en partie suscitée par l'orientation des gouvernements britannique et écossais vers un développement plus durable et par une nouvelle exigence de l'Union européenne imposant que certains plans d'aménagement fassent l'objet d'une évaluation environnementale stratégique.

A partir d'une analyse de documents concernant les politiques de tourisme et de développement durable et de la définition du tourisme durable donnée par l'OMT, une liste initiale d'objectifs a été établie. Ces objectifs ont été débattus toute une journée avec de nombreuses acteurs répartis en groupes de travail auxquels il a été demandé d'attribuer une note de pertinence et de faisabilité à chaque objectif. Les participants se sont mis d'accord sur les sept objectifs suivants :

- une répartition plus équilibrée des visiteurs tout au long de l'année ;
- un plus grand nombre d'entreprises touristiques mettant en valeur et protégeant activement l'environnement, par exemple en participant au Green Tourism Business Scheme (voir plus bas) ;
- un investissement plus grand dans la formation des travailleurs du tourisme et les qualifications ;
- un produit touristique intégré de meilleure qualité qui réponde à la demande et aux attentes des visiteurs, les encourage à rester plus longtemps et à dépenser plus ;
- une compréhension plus claire des impacts du tourisme ;
- une plus grande participation des communautés à la planification, au développement et au marketing du tourisme ;
- une plus grande utilisation du réseau de transports en commun écossais par les visiteurs.

Ces objectifs ont été largement diffusés dans tout le pays en demandant à chaque organisation qui intervient dans l'élaboration de la politique de les traduire en objectifs mesurables à intégrer dans son programme d'action. Le personnel du Forum a facilité ce processus en travaillant avec les différentes organisations. La révision prochaine de la stratégie touristique nationale de l'Écosse (*Tourism Framework for Action*) sera une excellente occasion d'exercer une influence dans ce domaine.

### ***Initiatives concrètes de gestion et de marketing***

En plus d'influer sur la politique, le Forum a défendu la cause d'un tourisme plus durable à travers une série d'initiatives et la diffusion de bonnes pratiques.

En voici quelques exemples :

- Programmes de gestion du tourisme : douze partenariats ont été établis au niveau de destinations locales, dans des villes ou en milieu rural ; ils associent les collectivités locales, des entreprises de tourisme, des associations locales et de conservation. Ces



Les Trossachs, qui ont fait l'objet d'un programme de gestion du tourisme, ont été désignés parc national

*Photo: David Warnock*

- partenariats ont élaboré et mis en œuvre des initiatives de gestion des visiteurs, notamment la promotion d'autres moyens de transport, des améliorations de l'environnement, des programmes de gestion de la circulation et des initiatives d'information et d'interprétation. Bien qu'étant à courte échéance (cinq ans), ces programmes ont permis de prouver l'efficacité de nouvelles approches et relations qui ont été largement intégrées par les différents partenaires et collectivités.
- Wild Scotland : ce Forum a permis de créer en 2003 une association de voyageurs spécialisés dans le tourisme de nature et de découverte de la faune et de la flore ; elle a sa propre charte et a édité un guide des meilleures pratiques basées sur les principes du développement durable.
  - Site Internet et bulletin d'information : le site Internet du Forum ([www.greentourism.org.uk](http://www.greentourism.org.uk)) et son bulletin d'information (Positive Impact) contiennent de nombreuses informations et des exemples de bonnes pratiques à l'intention des entreprises du secteur privé, des collectivités locales, des services et administrations nationaux et des médias.

### ***Le Green Tourism Business Scheme***

Le Green Tourism Business Scheme (GTBS) est un instrument déterminant de l'évolution vers un tourisme plus durable en Écosse. Il s'agit d'un programme de certification environnementale volontaire pour les entreprises de tourisme mis au point par VisitScotland en 1998 ; il est étroitement lié au Forum. En 2004, on recensait 550 établissements participants, notamment dans le domaine de l'hébergement et des attractions touristiques. Le nombre de membres n'a cessé de progresser à un rythme d'environ 30 % par an.

Le programme propose aux entreprises un choix de 150 mesures à prendre dans les domaines suivants : énergie, déchets, eau, faune et flore sauvages, transports, soutien à l'économie locale, gestion et marketing, participation et information des clients. Certaines de ces mesures sont obligatoires, mais la plupart sont volontaires. Les entreprises obtiennent une médaille de bronze, d'argent ou d'or en fonction du nombre de mesures prises. Toutes les entreprises doivent mesurer et comparer leur consommation d'énergie et d'eau, ainsi que leur production de déchets. Une inspection est effectuée tous les deux ans environ.

Quelques éléments d'information importants ressortent de ce programme :

- La corrélation critique avec le contrôle de qualité : toutes les entreprises participantes doivent se soumettre à un contrôle de qualité effectué par VisitScotland qui donne lieu à une notation. Certaines exigences de base comme le respect de la réglementation en matière d'hygiène, de sécurité et autres, sont par conséquent déjà assurées. De plus, le GTBS est présenté comme une option de « *durabilité* » supplémentaire qui entre en ligne de compte pour l'appréciation de la qualité, plutôt que comme un programme totalement distinct. La reconnaissance officielle et la crédibilité que cela lui confère sont déterminantes pour son succès.
- Conseils au participants : ce qui a permis une réelle évolution des performances des entreprises c'est autant les conseils et informations fournis aux participants que l'effet incitatif du label : une aide personnalisée est apportée au moment du contrôle initial ; une série de fiches de données et de conseils est fournie dans un « *classeur vert* » ; un bulletin d'information périodique informe les participants de l'actualité dans le domaine des idées, de la réglementation, etc. ; une liste de

contacts utiles pour obtenir de l'aide ou des informations plus détaillées est donnée ; et des stages de formation structurés sont proposés. Les contrôleurs jouent à la fois le rôle de « panneaux indicateurs verts » pour tout conseil supplémentaire, aide financière ou soutien.

- Liens entre les entreprises et le gouvernement : le programme fournit un excellent canal de communication. Chaque année, les critères sont analysés avec les administrations État (en particulier les membres du Forum), ce qui permet de prendre en compte les nouvelles préoccupations et de faire écho à l'avis des entreprises. Par exemple, les inquiétudes de l'Agence pour la protection de l'environnement concernant les vidanges de WC chimiques se sont traduites par une obligation imposée aux campings et parcs d'attractions.
- Liens avec les instruments financiers : les entreprises participantes sont régulièrement tenues au courant des aides financières qui leur sont ouvertes, comme les prêts sans intérêt aux petites entreprises pour tous travaux d'isolation, d'installation de sources d'énergie efficaces, etc. Certains programmes d'aide financière publique au développement ou à l'amélioration du tourisme exigent maintenant que les entreprises adhèrent au GTBS.
- Adhésion des services publics : plusieurs collectivités locales font certifier leurs services dans le cadre du programme. La certification des Centres d'information touristique s'est avérée particulièrement intéressante, dans la mesure où leur personnel est régulièrement en contact avec des petites entreprises et peut leur transmettre leur intérêt pour la durabilité à travers leur propre expérience et leur exemple.
- Soutien marketing : les entreprises qui participent au programme sont clairement signalées dans les publications officielles et sur les sites Internet de VisitScotland : le label vert figure à côté de leur classement. De plus, un guide vert et des pages web séparés sont consacrés exclusivement aux entreprises certifiées.
- Avantage commercial : dans les enquêtes réalisées auprès des participants, 30 % environ font état d'économies de coût résultant de leur participation au programme et de taux d'occupation des chambres d'hôtels de 10 % supérieurs à la moyenne pour l'ensemble de l'Écosse. Ces avantages commerciaux sont les arguments les plus convaincants pour attirer de nouveaux membres.
- La simplicité avant tout : l'expérience a montré que les petites entreprises de tourisme réagissaient beaucoup mieux à des critères simples, clairement énoncés.



L'hôtel Gleneagles (haut dessus) et un gîte rural sur l'île de Skye : deux exemples contrastés de participants au GTBS  
*Photos: Jon Proctor*

Le GTBS est géré par une entreprise privée pour le compte de VisitScotland. Bien qu'il soit désormais financièrement viable du point de vue opérationnel, le soutien de VisitScotland et du Forum pour défendre le programme auprès des entreprises et des consommateurs ainsi que pour entretenir sa notoriété en Écosse est primordial pour sa survie.

Le Forum s'est rendu compte qu'il était extrêmement important d'avoir un outil comme le GTBS pour influencer la politique gouvernementale. Il a prouvé à la classe politique que le secteur du tourisme était ouvert aux initiatives volontaires et que c'était un instrument précieux pour communiquer et fixer des objectifs.





---

*Annexe 1:*  
*Principaux enjeux et indicateurs*  
*du tourisme durable*

---

## Principaux enjeux et indicateurs du tourisme durable

On trouvera dans le tableau suivant quelques-uns des problèmes les plus couramment rencontrés par les destinations touristiques, sélectionnés parmi la bonne cinquantaine de problèmes de durabilité présentés dans le Guide sur les indicateurs du développement durable des destinations touristiques (*Guidebook on Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*) de l'OMT. On a indiqué pour chaque problème les indicateurs considérés comme les plus appropriés.

D'autres aspects et indicateurs pourraient sans doute figurer dans cette liste, notamment la santé, la sécurité, la protection de l'environnement et l'emploi, ainsi que les indicateurs correspondants. Ils sont, ainsi que beaucoup d'autres, traités dans le guide de l'OMT auquel on pourra se reporter.

Remarque : ce guide présente également une procédure pour élaborer des indicateurs correspondant à tout problème spécifiquement rencontré par une destination. Il appartient donc aux chefs d'entreprises de tourisme de déterminer avec les principaux groupes de parties intéressées quels sont les problèmes prioritaires de la destination et d'élaborer les indicateurs les mieux adaptés à ces questions, en veillant à ce qu'ils soient clairs pour les utilisateurs et applicables en termes de disponibilité des données et de coûts pour les obtenir.

Problème	Indicateur(s) de référence suggéré(s)
Satisfaction de la population locale à l'égard du tourisme	Niveau de satisfaction locale à l'égard du tourisme (questionnaire)
Effet du tourisme sur les communautés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proportion de touristes par rapport à la population locale (moyenne et période/jours de pointe)</li> <li>Pourcentage qui pensent que le tourisme a permis la mise en place de nouveaux services ou infrastructures (questionnaire)</li> <li>Nombre et capacité des services sociaux accessibles à la communauté (pourcentage imputable au tourisme)</li> </ul>
Permanence de la satisfaction des touristes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niveau de satisfaction des visiteurs (questionnaire)</li> <li>Perception du rapport qualité-prix (questionnaire)</li> <li>Pourcentage de visiteurs qui reviennent</li> </ul>
Saisonnalité du tourisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arrivées de touristes par mois ou trimestre (répartition sur l'année)</li> <li>Taux d'occupation des structures d'hébergements officielles par mois (périodes de pointe par rapport à la basse saison) et % du taux d'occupation total pendant le trimestre ou le mois le plus chargé</li> <li>Pourcentage d'établissements commerciaux ouverts toute l'année</li> <li>Nombre et % d'emplois touristiques qui sont permanents ou pour toute l'année (par rapport aux emplois temporaires)</li> </ul>

Problème	Indicateur(s) de référence suggéré(s)
Bénéfices économiques du tourisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de locaux (et proportion d'hommes par rapport aux femmes) employés dans le tourisme (et rapport des emplois touristiques à l'ensemble des emplois)</li> <li>• Revenus générés par le tourisme en pourcentage des revenus générés dans la communauté</li> </ul>
Gestion de l'énergie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consommation d'énergie (toutes sources) par personne (globale, par secteur touristique, par jour/personne)</li> <li>• Pourcentage d'entreprises participant à des programmes de conservation de l'énergie ou appliquant une politique et des techniques d'économie d'énergie</li> <li>• Pourcentage de consommation d'énergie provenant de ressources renouvelables (dans la destination, les établissements)</li> </ul>
Disponibilité de l'eau et consommation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consommation d'eau : (volume total consommé et nombre de litres par touriste par jour)</li> <li>• Économies d'eau (pourcentage économisé, récupéré ou recyclé)</li> </ul>
Qualité de l'eau potable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pourcentage d'établissements touristiques fournissant de l'eau traitée selon des normes internationales de potabilité.</li> <li>• Fréquence des maladies hydriques : nombre/pourcentage de visiteurs faisant état de maladies hydriques pendant leur séjour</li> </ul>
Épuration (gestion des eaux usées)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pourcentage d'eaux usées épurées (épuration primaire, secondaire et tertiaire)</li> <li>• Pourcentage d'établissements touristiques (ou d'hébergements) raccordé au(x) système(s) d'épuration</li> </ul>
Gestion des déchets solides (ordures)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volume de déchets produit par la destination (tonnes) (par mois)</li> <li>• Volume de déchets recyclés (m<sup>3</sup>) / volume total de déchets (m<sup>3</sup>) (spécifier par type)</li> <li>• Quantité de déchets éparpillés dans les lieux publics (dénombrement des ordures)</li> </ul>
Contrôle du développement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existence d'un processus d'aménagement du territoire ou de planification du développement couvrant le tourisme</li> <li>• Pourcentage d'espace soumis au contrôle (densité, architecture, etc.)</li> </ul>
Contrôle de l'intensité d'utilisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre total d'arrivées de touristes (moyenne, par mois, périodes de pointe)</li> <li>• Nombre de touristes au mètre carré sur les sites (par ex. plages, attractions), au kilomètre carré dans la destination, nombre moyen/moyenne des périodes de pointe</li> </ul>



---

# *Autres sources d'information*

---

- Informations générales sur le développement durable : impacts et principes
  - Développement durable du tourisme : principes, politiques et lignes directrices
  - Structures et stratégies pour travailler avec les autres acteurs
  - Instruments de mesure
  - Instruments de contrainte
  - Instruments économiques
  - Instruments volontaires
  - Instruments de soutien
-

## Informations générales sur le développement durable : impacts et principes

*L'avenir de l'environnement mondial*, 2004, PNUE-GRID

<http://www.grid.unep.ch/geo/geo3/>

GEO-3 analyse l'évolution de l'environnement au cours des 30 dernières années pour donner une explication cohérente des changements intervenus. Reprenant la démarche mondiale et régionale de cette série de publications, il complète l'évaluation détaillée de l'état de l'environnement mondiale proposée dans GEO-2000. Il s'intéresse non seulement à l'état de l'environnement pendant la période de référence, mais aussi à l'ensemble des facteurs sociaux, économiques, politiques et culturels à l'origine de son évolution. Faisant ressortir la vulnérabilité de l'homme face à la dégradation de l'environnement, il évalue les effets des diverses politiques adoptées.

*Eco-Efficiency, Regulation and Sustainable Business - Towards a Governance Structure for Sustainable Development*, 2004, PNUE

<http://www.earthprint.com>

Cet ouvrage présente les nouveaux travaux de recherche menés en Europe sur le concept d'éco-efficacité appliquée. Le but de l'éco-efficacité est l'adoption de mesures de protection de l'environnement obéissant aux lois du marché, afin d'augmenter les chances de parvenir à un développement durable et d'en tirer des bénéfices économiques et écologiques positifs.

*Assessing Human Vulnerability to Environmental Change- Concepts, Issues, Methods and Case Studies*, 2003, PNUE-DEWA

<http://www.unep.org/dewa/publications/2003/vulnerability.asp>

Ce rapport présente divers concepts, problèmes, méthodes et études de cas relatifs à la vulnérabilité humaine aux changements qui se produisent dans l'environnement. Évaluer cette vulnérabilité peut être une aide précieuse pour orienter la planification et les décisions de répartition des ressources à différents niveaux, ainsi que pour sensibiliser le public aux risques.

*Evaluation of Environmental Impacts in Life Cycle Assessment*, 2003, PNUE

[http://www.unep.org/pc/sustain/reports/lcini/UNEP\\_US%20EPA%20LCIA%20mtg%20report.pdf](http://www.unep.org/pc/sustain/reports/lcini/UNEP_US%20EPA%20LCIA%20mtg%20report.pdf)

En 1998 et 2000, le PNUE s'est associé à l'Agence américaine de protection de l'environnement (EPA) et au Centre des sciences de l'environnement de Leiden (CML) pour mettre en place un forum de discussion international sur deux aspects particuliers du progrès scientifique dans le domaine de l'évaluation du cycle de vie. Le premier était le niveau de complexité de l'évaluation des impacts et le second le type d'indicateurs environnementaux à utiliser. Dans ce rapport, l'évaluation est prise au sens large : elle recouvre non seulement la pondération progressive d'usage, mais aussi tout ce qui concerne l'évaluation des facteurs perturbateurs du milieu du point de vue du cycle de vie.

*Rapport du Sommet mondial pour le développement durable, Johannesburg, Afrique du Sud*, 2002, Nations Unies

[http://www.johannesburgsummit.org/html/documents/summit\\_docs/131302\\_wssd\\_report\\_reissued.pdf](http://www.johannesburgsummit.org/html/documents/summit_docs/131302_wssd_report_reissued.pdf)

Le Sommet mondial pour le développement durable tenu en 2002 à Johannesburg (Afrique du Sud) a permis des avancées non négligeables sur de nombreux aspects du développement durable. Dans le domaine du tourisme, il y a eu un énorme progrès par rapport au Sommet de Rio où le tourisme n'avait pas été abordé. Le Plan de mise en œuvre sur lequel a débouché la conférence de Johannesburg mentionne le tourisme en abordant plusieurs questions telles que l'énergie, la conservation de la biodiversité, les petits États insulaires en développement et l'Afrique. Un article entièrement consacré au tourisme a été ajouté (43).

*Action 21*, 1992, Nations Unies

<http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/index.htm>

Action 21 est un plan d'action global qui doit être mis en œuvre au niveau mondial, national et local par les organisations du système des Nations Unies, les gouvernements et les grands groupes dans tous les domaines où l'homme a un impact sur l'environnement. Action 21, la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement et la Déclaration de principes pour la gestion durable des forêts ont été adoptés par plus de 178 gouvernements à la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement (CNUED) tenue à Rio de Janeiro (Brésil), du 3 au 4 juin 1992.

## Développement durable du tourisme : principes, politiques et lignes directrices

*Site Internet du département « Développement durable du tourisme », OMT*

<http://www.world-tourism.org/sustainable>

Ce site présente toutes les activités menées par le département, annonce les manifestations concernant le tourisme durable et donne accès aux rapports, recommandations et lignes directrices dans ce domaine.

*Site Internet sur le tourisme durable, PNUE DTIE*

<http://www.uneptie.org/tourism>

Ce site fournit des informations sur les activités de la DTIE du PNUE dans le domaine du tourisme durable et donne accès aux publications du PNUE sur le tourisme.

*Site Internet de l'Initiative des voyageurs, TOI*

<http://www.toinitiative.org>

Le site Internet de la TOI donne une vue d'ensemble de la structure et des activités de la TOI, ainsi que la liste de toutes ses publications.

*Marketing Sustainable Tourism Products, 2005, PNUE DTIE, Regione Toscana*

[http://www.uneptie.org/pc/tourism/documents/EUROMEETING/marketing\\_sustainable\\_tourism.pdf](http://www.uneptie.org/pc/tourism/documents/EUROMEETING/marketing_sustainable_tourism.pdf)

Ce rapport passe en revue les points forts et les points faibles des outils et canaux de promotion et distribution des produits de tourisme durable. Les canaux de distribution et de promotion incluent les organisations de gestion des destinations et les offices du tourisme, les voyageurs, les guides, les médias, les programmes de certification, les salons du voyage, les e-commerçants et les associations de consommateurs.

*A Practical Guide to Good Practice: Managing Environmental Impacts In The Marine Recreation Sector*, 2004, TOI/ Center for Environmental Leadership in Business (CELB)

<http://www.toinitiative.org/supplychain/supply.htm>

Écrit dans un langage simple et direct, ce guide donne des informations sur les impacts environnementaux, l'intérêt des bonnes pratiques et des suggestions pour réduire les impacts de l'utilisation et de l'entretien des bateaux ainsi que des excursions en mer (plongée avec tuba, plongée sous-marine ; consommation de fruits de mer et achat de souvenirs ; pêche de loisir ; observation de la faune marine). Une liste récapitulative d'autoévaluation est incluse dans le guide pour encourager l'évaluation de la performance environnementale par les prestataires de loisirs marins. Le guide est disponible en anglais et en espagnol.

*Supply Chain Management for Tour Operators - Three Steps Towards Sustainability*, 2004, TOI/ Center for Environmental Leadership in Business (CELB)

<http://www.toinitiative.org/supplychain/supply.htm>

L'Initiative des voyageurs a mis au point une méthodologie à l'intention des voyageurs qui souhaitent intégrer des critères de durabilité économique, environnementale et sociale dans les contrats de services passés avec leurs fournisseurs. Le guide a été produit dans le cadre d'une démarche participative, associant dès le départ les membres de la TOI qui travaillaient déjà sur la problématique de durabilité avec leurs fournisseurs. Il propose une méthode en trois étapes pour intégrer des critères de durabilité dans le choix des fournisseurs, le tout étayé par des exemples et des astuces.

*Tourisme et réduction de la pauvreté : recommandations pour l'action*, 2004, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1349-1>

Ce livre montre la contribution que le tourisme peut apporter à la réalisation de l'un des Objectifs de développement du Millénaire (ONU) les plus urgents : la lutte contre la pauvreté. Basé sur l'analyse approfondie d'expériences positives, il formule des recommandations claires et concrètes (à l'intention des gouvernements, des entreprises de tourisme privées, des agences internationales et bilatérales d'aide au développement et autres acteurs) sur les différents moyens de faire du tourisme un instrument de lutte contre la pauvreté.

*Sustainable Tourism: The Tour Operator's Contribution*, 2003, TOI

[http://www.toinitiative.org/good\\_practices/case\\_studies.htm](http://www.toinitiative.org/good_practices/case_studies.htm)

Plus de 30 études de cas, regroupées selon les principaux domaines d'activité de la gestion de la chaîne d'approvisionnement (gestion interne ; gestion et développement de produits ; relations avec les clients ; coopération avec les destinations) donnent un aperçu des diverses approches et outils à la disposition des voyageurs. Plusieurs exemples de gestion de la chaîne d'approvisionnement sont donnés, notamment l'utilisation de listes de pointage « vertes » pour l'évaluation des hôtels, l'ajout de clauses concernant l'environnement dans les contrats, la fourniture de services d'assistance technique et le lancement d'une campagne sur l'hygiène alimentaire des fournisseurs.

*Changement climatique et tourisme*, 2003, OMT

<http://www.world-tourism.org/sustainable/climate/final-report.pdf>

Ce rapport a été produit à l'issue de la première Conférence internationale sur le



changement climatique et le tourisme qui s'est tenue du 9 au 11 avril 2003 à Djerba, en Tunisie. Il contient un rapport de synthèse ainsi que les résumés des débats et sessions sur les conséquences, opportunités et risques auxquels le secteur du tourisme doit faire face du fait du changement climatique mondial. Il reproduit la Déclaration de Djerba sur le tourisme et le changement climatique, ainsi que le Programme d'action.

*A Practical Guide to Good Practice: Managing Environmental and Social Issues in the Accommodations Sector*, 2003, TOI/ Center for Environmental Leadership in Business (CELB)

<http://www.toinitiative.org/supplychain/supply.htm>

Ce guide donne aux responsables du secteur de l'hôtellerie/restauration des informations sur les principaux problèmes environnementaux et sociaux : énergie et conservation de l'eau, gestion des déchets, utilisation des produits chimiques, achats, contribution au développement des communautés et à la conservation de la biodiversité, gestion du personnel et élaboration de systèmes de management environnemental. Pour chaque thème, le guide donne un bref résumé, indique les bénéfices commerciaux que permettent les bonnes pratiques et un échantillon des mesures que les responsables peuvent prendre pour améliorer les performances de leurs établissements. Les références d'autres sources d'information sont également données.

*Switched On: Renewable Energy Opportunities in the Tourism Industry*, 2003, UNEP-DTIE

<http://www.uneptie.org/pc/tourism/library/energy.htm>

Manuel s'intéressant aux formes d'énergie propres et renouvelables capables d'alimenter de façon durable le secteur du tourisme. Il donne les informations les plus récentes sur l'énergie solaire, éolienne, hydraulique, géothermique et issue de la biomasse. Écrit dans un langage simple non technique et illustré par des études de cas, il peut aider les PME de tourisme à déterminer quels sont les technologies et systèmes les plus économiques.

*Tourism and Biodiversity: Mapping Tourism's Global Footprint*, 2003, PNUE-DTIE / Conservation International

[http://www.uneptie.org/tourism/library/mapping\\_tourism.htm](http://www.uneptie.org/tourism/library/mapping_tourism.htm)

Ouvrage illustrant les chevauchements entre le développement du tourisme (actuel et prévu) et les points névralgiques de la biodiversité, attirant l'attention sur les menaces dues au tourisme ainsi que sur les possibilités de conservation de la biodiversité et d'amélioration du bien-être humain qu'il offre. Pour approfondir le lien qui existe entre le développement du tourisme, la conservation de la biodiversité et la lutte contre la pauvreté à l'échelle mondiale, une série de cartes montrant l'évolution des données touristiques et socio-économiques en fonction des zones de biodiversité prioritaires a été produite.

*Tourism and Local Agenda 21 - The Role of Local Authorities in Sustainable Tourism*, 2003, PNUE-DTIE et the International Council for Local Environmental Initiatives (ICLEI)

<http://www.uneptie.org/pc/tourism/library/local-agenda21.htm>

Cette étude s'intéresse à la prise en compte du tourisme dans les programmes Action 21 locaux élaborés et mis en œuvre par les collectivités locales. Le cadre de planification proposé par Action 21 est utile pour les collectivités locales confrontées aux impacts du développement du tourisme : il définit des objectifs stratégiques pour tous les acteurs

et utilise le tourisme pour réaliser les principaux objectifs des communautés. L'étude s'appuie sur l'analyse de l'expérience de cinq collectivités locales européennes engagées à des degrés divers dans une activité touristique et ayant adopté un programme Action 21 local.

*Développement durable de l'écotourisme : Recueil de bonnes pratiques dans les PME*, 2003, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1312-1>

Compilation de 65 études de cas de 47 pays illustrant les pratiques exemplaires adoptées par des petites entreprises d'écotourisme. Elle donne de nombreux détails sur la méthodologie et les approches commerciales appliquées avec succès par différentes entreprises d'écotourisme ; elles fournissent une foule d'informations utiles qui peuvent donner des idées et aider à adapter les pratiques d'écotourisme durable à d'autres contextes locaux. Les expériences présentées dans cet ouvrage viennent directement du terrain, des personnes qui ont élaboré ces initiatives et qui ont la charge de ces entreprises au quotidien. Elles donnent une bonne idée de la complexité des petites entreprises, des défis et opportunités auxquels elles sont confrontées et de la créativité permanente que permet ce type d'activité.

*Tourisme et réduction de la pauvreté*, 2002, OMT

<http://www.world-tourism.org/isroot/wto/pdf/1267-1.pdf>

Ce rapport reflète l'une des préoccupations de l'OMT, à savoir que les bénéfices du tourisme soient largement partagés au sein de la société et que les populations pauvres profitent des fruits du développement du tourisme. Il fait le point sur la situation actuelle du tourisme et de la lutte contre la pauvreté pour faire ressortir l'état des connaissances sur la contribution que le tourisme peut apporter à la lutte contre la pauvreté. Il recommande des mesures que les gouvernements, les professionnels du tourisme, les agences d'aide au développement et les collectivités locales peuvent prendre.

*Contribution de l'OMT au SMDD*, 2002, OMT

<http://www.world-tourism.org/sustainable/fr/smdd/WTO-contributions-fr.pdf>

A titre de préparation du Sommet mondial pour le développement durable, l'OMT a publié un document complet contenant, entre autres, le rapport du Secrétaire général de l'OMT, un rapport sur le développement durable du tourisme et une liste des mesures prises depuis 1992 par l'OMT pour aider les pays en développement à mettre en œuvre Action 21.

*Industry as a Partner for Sustainable Development: Tourism*, 2002, World Travel and Tourism Council (WTTC), International Federation of Tour Operators (IFTO), International Hotel and Restaurant Association (IH&RA), International Council of Cruise Lines (ICCL), avec le concours du PNUE DTIE

[http://www.uneptie.org/pc/tourism/library/wssd\\_report.htm](http://www.uneptie.org/pc/tourism/library/wssd_report.htm)

En partenariat avec diverses associations professionnelles, le PNUE a lancé une initiative de production de rapports destinés à évaluer les progrès accomplis par le secteur privé dans le domaine du développement durable. Cette initiative a servi de contribution au bilan global de la mise en œuvre d'Action 21 dans le cadre du Sommet mondial pour le développement durable.

*Ecotourism: Principles, Practices and Policies for Sustainability*, 2002, PNUE-DTIE / TIES

<http://www.uneptie.org/pc/tourism/library/ecotourism.htm>

Cet ouvrage fait le point sur l'état actuel et les tendances de l'écotourisme dans le monde, les défis à relever et les enseignements tirés des 15 années d'existence de l'écotourisme avec de nombreux acteurs différents. Il reproduit les commentaires et suggestions d'universitaires de renom, d'ONG, d'organismes représentatifs et intergouvernementaux comme l'OMT, l'UICN et le PNUE.

*Industry and Environment, Vol.25 No.2, Responsible Entrepreneurship for Sustainable Development*, 2002, PNUE

<http://www.uneptie.org/media/review/vol25no2/I&EVOL25.PDF>

Cette édition de *Industry & Environment* faisait partie de la contribution du PNUE au Sommet mondial pour le tourisme durable de Johannesburg. Elle s'intéresse au rôle que les entreprises peuvent jouer dans les changements urgents que nécessite le développement durable.

*Année internationale de l'écotourisme : Rapport d'activités*, 2002, OMT

<http://www.world-tourism.org/sustainable/IYE-Main-Menu.htm>

A la demande de l'Assemblée générale des Nations Unies, l'OMT a préparé un rapport sur les activités des États et de grandes institutions internationales dans le cadre de l'Année internationale de l'écotourisme. On peut trouver ce rapport et les archives de l'Année internationale de l'écotourisme 2002 (rapports des conférences préparatoires, etc.) sur le site Internet susmentionné.

*Sommet mondial de l'écotourisme – Rapport final*, 2002, PNUE et OMT

<http://www.world-tourism.org/sustainable/fr/ecotourisme/menu.htm>

Le rapport contient une synthèse des débats et des conclusions du Sommet mondial de l'écotourisme et de ses réunions préparatoires, ainsi que la Déclaration de Québec sur l'écotourisme. Le Sommet mondial de l'écotourisme s'est tenu à Québec (Canada) du 19 au 22 mai 2002. Ce fut l'événement culminant de l'Année internationale de l'écotourisme. Le but était de réunir des gouvernements, des organismes internationaux, des ONG, des entreprises de tourisme, des représentants de communautés locales et autochtones, des universités et des personnes intéressées par l'écotourisme, de leur permettre de partager leurs connaissances respectives et de se mettre d'accord sur des futurs principes et priorités pour le développement et la gestion de l'écotourisme.

*Enhancing the Economic Benefits of Tourism for Local Communities and Poverty Alleviation*, 2002, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1280-1>

Cette étude s'appuie sur un document présenté lors d'un séminaire organisé à Pétra (Jordanie) le 20 juin 2002 dans le cadre de la 68e session du Conseil exécutif de l'OMT. Ce document a été complété par dix études de cas présentées par les membres du Conseil pendant le séminaire. Ces études de cas illustrent soit les politiques et approches nationales adoptées par les pays dans le domaine du tourisme d'initiative locale, soit des projets spécifiques considérés comme des exemples de réussite.

*Développement durable de l'écotourisme : une compilation de bonnes pratiques*, 2001, OMT  
<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1214-1>  
 Publication préparée à l'occasion de l'Année internationale de l'écotourisme (2002). C'est le deuxième volume de la collection Bonnes pratiques publiée dans le domaine du développement durable du tourisme. Les 55 études de cas de 39 pays décrivent un large éventail d'initiatives d'écotourisme couronnées de succès. Elles sont présentées de façon méthodique : acteurs concernés, objectifs et stratégies, financement, durabilité et contrôle, problèmes rencontrés et solutions adoptées pour chaque projet, etc. La problématique de durabilité est développée à travers les éléments propres à l'écotourisme : conservation, participation des communautés, interprétation et éducation, pratiques de management environnemental.

*Développement durable du tourisme : une compilation de bonnes pratiques*, 2000, OMT  
<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1156-1>  
 Les exemples de réussite sont le meilleur moyen d'illustrer les progrès accomplis sur la voie d'un tourisme plus durable. Cet ouvrage propose une cinquantaine d'exemples de bonnes pratiques dans le domaine du développement durable et de la gestion du tourisme, recueillis dans 31 pays. Il présente de nombreux projets entrepris à différents niveaux (local, régional et national), notamment par le secteur public, le secteur privé, des ONG dans des domaines comme l'écotourisme, le tourisme rural et le tourisme culturel, les structures d'hébergement, les circuits touristiques, les transports, la gestion des aires protégées, les cadres réglementaires et volontaires. Chaque cas est décrit de façon méthodique : contexte, facteurs de succès de la durabilité, problèmes et solutions, enseignements tirés et activités de suivi.

*Code mondial d'éthique du tourisme*, 1999, OMT  
[http://www.world-tourism.org/code\\_ethics/fr/intro.htm](http://www.world-tourism.org/code_ethics/fr/intro.htm)  
 En octobre 1999, l'Assemblée générale de l'OMT qui s'est tenue à Santiago (Chili) a approuvé le Code mondial d'éthique du tourisme qui institue un cadre de référence pour un développement responsable et durable du tourisme mondial. Ce code contient neuf articles décrivant les « règles du jeu » pour les destinations, les gouvernements, les voyageurs, les aménageurs, les agents de voyage, les travailleurs et les voyageurs. Le dixième article évoque la réparation des injustices et c'est la première fois qu'un code de ce type prévoit un mécanisme de sanction. Le Code mondial d'éthique du tourisme est un outil capital pour réduire au maximum les impacts négatifs du tourisme sur l'environnement et le patrimoine culturel, tout en maximisant les bénéfices pour les résidents des destinations touristiques. Une résolution de soutien au Code mondial d'éthique du tourisme de l'OMT a été adoptée par l'Assemblée générale des Nations Unies le 19 novembre 2001.

*Sustainable Development of Tourism - An Annotated Bibliography*, 1999, OMT  
<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1129-1>  
 Pour améliorer la compréhension du tourisme durable et de ses applications concrètes, l'OMT a établi une liste d'ouvrages et d'articles sur le sujet. Pour la seconde édition, près de 100 livres et plus de 250 articles ont été passés en revue. L'OMT offre ainsi à la communauté internationale ce qui est probablement la bibliographie annotée la plus complète sur le tourisme durable et les thèmes apparentés.

*Guide à l'intention des autorités locales pour un développement durable du tourisme*, 1998, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1016-1>

Cette édition revue et augmentée de l'ouvrage le plus connu de l'OMT, *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*, présente les concepts, principes et techniques de planification et de développement du tourisme ; elle comporte plusieurs sections sur la gestion des impacts environnementaux et socioéconomiques au niveau local. Elle donne aussi de nombreux exemples de bonnes pratiques de tourisme durable, faciles à adapter à la situation et au niveau de développement des destinations. Trois suppléments ont été publiés pour l'Asie et le Pacifique, l'Amérique latine et l'Afrique subsaharienne.

*How the Hotel and Tourism Industry can Protect the Ozone Layer*, 1998, PNUE-DTIE

<http://www.unepdtie.org/pc/tourism/library>

Ce guide aide les hôteliers et les professionnels du tourisme à comprendre les dégâts que causent à la couche d'ozone stratosphérique les SAO (substances qui appauvrissent la couche d'ozone) et pourquoi ils doivent se préoccuper de cette question. Il explique ce que doivent faire les gérants d'hôtels pour mettre en place leur propre programme de gestion des SAO afin de gérer de façon adéquate l'abandon progressif de ces produits chimiques.

*Handbook on Natural Disaster Reduction in Tourist Areas*, 1998, OMM et OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1022-1>

Les aménagements touristiques sont souvent situés dans des zones exposées ou susceptibles d'être exposées à des catastrophes naturelles soudaines et brutales ; c'est notamment le cas des plages et régions côtières, vallées fluviales et régions montagneuses. Or, si ces aménagements sont frappés par des catastrophes naturelles, l'image de la destination risque d'en souffrir. Ce manuel produit conjointement par des experts de l'OMT et le l'Organisation météorologique mondiale (OMM) montre comment on peut lutter contre les catastrophes naturelles dans les régions touristiques et atténuer leurs impacts. Il guide le lecteur depuis le déclenchement de la catastrophe jusqu'à la reconstruction et la relance de la destination.

*Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry*, 1996, OMT et WTTC

<http://www.world-tourism.org/sustainable/publications.htm>

Publication conjointe de l'OMT, du WTTC et du Conseil de la Terre indiquant les mesures que les gouvernements et les entreprises du secteur privé peuvent prendre pour réaliser les objectifs du Sommet « Planète Terre » de Rio et rendre le secteur du tourisme plus durable.

*Le tourisme rural : une solution pour l'emploi, le développement local et l'environnement*, 1996, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1054-1>

Cette publication est l'un des fruits du séminaire conjoint CEU-ETC tenu en 1996 en Israël. Le but de ce séminaire était de promouvoir le partage des expériences en matière de tourisme rural entre pays membres, en particulier ceux pour lesquels le tourisme pose un défi nouveau. La publication contient une sélection des communications présentées au séminaire sur plusieurs sujets comme le tourisme rural : produits,

marché et méthodes marketing ; tourisme rural et développement local, protection de l'environnement et aide publique ; tourisme rural : métiers, formation, qualifications et création d'emplois ; perspectives d'avenir du tourisme rural : coopération pour que ce produit encourage le tourisme durable au niveau local.

*The Environmental Action Pack for Hotels, Technical Report Series No.31*, 1995, PNUE-DTIE  
<http://www.uneptie.org/pc/tourism/library/>

Cette publication est une réponse à une recommandation d'Action 21 que les entreprises commerciales et industrielles soient encouragées à « reconnaître le management environnemental comme faisant partie des plus hautes priorités de l'entreprise et comme facteur déterminant de développement durable ».

L'Environmental Action Pack est un guide essentiel pour les hôteliers de tous pays. Il intéresse aussi les associations professionnelles, les établissements d'enseignement et les gouvernements directement impliqués dans la promotion et le soutien aux activités de management environnemental du secteur du tourisme.

## Structures et stratégies pour travailler avec d'autres acteurs

*Environmental Management and Community Participation: Enhancing Local Programmes*, 2003, PNUE-IETC

<http://www.unep.or.jp/ietc/kms/data/1459.pdf>

Ce court document montre les bénéfices mutuels du management environnemental et de la participation de la communauté au niveau d'une ville ou d'une zone urbaine. Il s'appuie sur le travail effectué par le PNUE-IETC dans la région Asie-Pacifique sur des questions telles que les systèmes de management environnemental et la norme ISO 14001, les études locales, la gestion urbaine et l'interdépendance des problèmes environnementaux.

*Coopération et partenariats en tourisme: une perspective mondiale*, 2003, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1327-1>

Le but de cette publication est de donner des idées et des conseils pour créer, mettre en œuvre et développer les partenariats ; elle met l'accent sur les aspects stratégiques et opérationnels de des partenariats et sur les leçons tirées de l'expérience en la matière. En analysant des exemples de toutes les régions du monde et de divers secteurs du tourisme, cette étude donne des indications dont la portée dépasse le contexte culturel et économique de chaque cas. Parce que le tourisme s'appuie de plus en plus sur la coopération et les partenariats, cet ouvrage sera un outil précieux pour quiconque s'intéresse à la coopération public-privé.

*Green and Sustainable Businesses from a Local Government Perspective: Fostering Business Partnerships for Environmental Sustainability*, 2003, PNUE- IETC

<http://www.unep.or.jp/ietc/kms/data/1471.pdf>

Des partenariats féconds permettent aux collectivités locales et au secteur privé d'assumer l'initiative et la coresponsabilité des efforts de développement durable. Des

partenariats efficaces et équilibrés permettent de combiner les avantages du secteur privé (dynamisme, accès aux capitaux, connaissance des technologies, efficacité de la gestion, esprit d'entreprise) et la responsabilité sociale, la sensibilisation écologique, la connaissance de la situation locale et les préoccupations de création d'emploi des collectivités locales.

*Waste Management in Agenda 21*, 2003, PNUE-IETC

<http://www.unep.or.jp/ietc/kms/data/1449.doc>

Ce court document montre l'importance accordée à la gestion des déchets dans les différents chapitres d'Action 21 et analyse les multiples dimensions de cette gestion, du niveau mondial au niveau local. Il insiste sur la nécessité de gérer les déchets ou préconise l'adoption de mesures permettant de produire moins de déchets ou l'intégration dans un programme de recyclage ou de réutilisation qui ne modifie pas les courbes de flux de matière. Il souligne qu'il est urgent de s'attaquer à la prévention et à la réduction des catastrophes anthropiques et/ou provoquées par les industries, les centrales nucléaires dangereuses et/ou les déchets toxiques.

*Public - Private Sector Cooperation*, 2001, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1160-1>

Ce rapport fait le point sur les partenariats public-privé, leur pertinence et leur importance pour la compétitivité des destinations touristiques. S'appuyant sur de nombreux projets, il a sélectionné, analysé et évalué au total 80 études de cas concrètes provenant de 50 pays. Parmi les conclusions majeures auxquelles il aboutit, figurent les principes et pratiques fondamentaux des partenariats, ainsi que les conditions élémentaires pour que cette coopération fonctionne. Il décrit également les stratégies et moyens de mettre en œuvre ces partenariats pour garantir un développement durable et fait quelques prévisions concernant l'importance de cette coopération dans l'avenir.

*Technical Workbook on Environmental Management Tools for Decision Analysis*, 1999, PNUE-IETC

<http://www.unep.or.jp/ietc/Publications/TechPublications/TechPub-14/summary.asp>

Destiné aux pays en développement, aux pays les moins avancés et aux pays en transition, ce manuel est consacré aux outils de management environnemental qui ont pour objet d'anticiper l'impact environnemental des décisions dès les tout premiers stades de la planification et du processus décisionnel concernant le choix des technologies environnementales, l'identification et la caractérisation des risques pour l'environnement, la santé et la sécurité, et la planification des programmes environnementaux pour les villes et municipalités. Il n'aborde pas les outils d'audit et d'évaluation.

## Instruments de Mesure

*Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*, 2004, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1369-1>

Ouvrage de référence le plus complet sur le sujet, ce guide est le résultat d'une vaste étude des initiatives prises dans le monde pour élaborer des indicateurs à laquelle ont participé 62 experts de plus de 20 pays. Il décrit plus de 40 aspects majeurs

de la durabilité, de la gestion des ressources naturelles (déchets, eau, énergie, etc.) à la maîtrise du développement, en passant par la satisfaction des touristes et des communautés d'accueil, la préservation du patrimoine culturel, la saisonnalité, les fuites économiques ou le changement climatique, pour n'en citer que quelques-uns. Pour chaque aspect, des indicateurs et des techniques de mesure sont suggérés, accompagnés de sources d'information et d'exemples concrets. La publication présente également une procédure pour élaborer des indicateurs spécifiques aux destinations, leur utilisation dans la politique touristique et les processus de planification, ainsi que les applications dans différents types de destination (par ex. littoral, villes, écotourisme, petites communautés). De nombreux exemples et 25 études de cas détaillées décrivent les nombreuses expériences menées au niveau des entreprises, des destinations, des pays et des régions de tous les continents.

*Guide to Good Practice in Tourism Carrying Capacity Assessment*, 2003, PAP/RAC  
<http://www.pap-thecoastcentre.org/publications.html>

Le but de ce guide est d'analyser les différentes pratiques d'évaluation de la capacité touristique limite (Tourism Carrying Capacity Assessment ou CCA), notamment celles qui utilisent des méthodologies différentes de celle du PAP, et de susciter de nouvelles idées pour la préparation des études de CCA dans la région méditerranéenne et dans d'autres parties du monde. Les exemples donnés montrent les types de régions, géographiques et économiques, dans lesquelles on peut faire l'usage le plus efficace de la CCA.

*130 indicateurs pour le développement durable en Méditerranée*, 2000, PNUE/ PAM/ Plan Bleu

<http://www.planbleu.org/vfrancaise/3-5b1.htm>

Ces indicateurs ont été adoptés par les Parties contractantes à Malte en 1999. Ils ont été sélectionnés pendant les deux années de travail de la Commission Méditerranéenne de Développement durable et validés par les Parties contractantes.

## Instruments de contrainte

*La gestion de la saturation touristique des sites naturels et culturels*, 2005, OMT  
<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1370-1>

Ce guide est destiné à divers professionnels du tourisme et aux personnes qui accueillent et prennent en charge les visiteurs dans les destinations ou sur les sites, notamment les autorités publiques chargées du tourisme, de la culture et de la nature. Il fait des recommandations aux différents acteurs du tourisme concernant leur contribution à la diminution de la saturation des lieux touristiques. Les gestionnaires de destinations et de sites trouveront également une série de recommandations pour acquérir une compréhension éclairée de leurs sites et de leurs visiteurs, ainsi que pour améliorer les capacités physiques et opérationnelles de leurs régions afin de pouvoir prendre en charge un haut niveau d'activité touristique. Le guide, qui se veut un outil très pratique, donne des exemples tirés d'études de cas. Les pratiques de gestion de la saturation à différents niveaux sont expliquées, en établissant un lien entre les mesures de gestion de la demande, de la destination et du site.



*Making Tourism Work for Small Island Developing States*, 2005, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1372-1>

Pour la plupart des îles, le tourisme est la principale activité économique en termes de revenus générés, de création d'emplois et de recettes en devises. Mais en raison de leur petite taille, les îles sont vulnérables aux impacts environnementaux et sociaux négatifs qu'a parfois le tourisme. C'est pourquoi il est vital de planifier, gérer et maîtriser le développement du tourisme dans les petits États insulaires en développement (PEID) en fixant des objectifs de durabilité. Ce rapport de l'OMT fait la synthèse de l'état actuel du tourisme dans les PEID, en montrant l'importance capitale qu'il a pour le développement durable de nombreuses îles et pour la réalisation des Objectifs de développement du Millénaire. Il aborde également les questions qui doivent être prises en compte par les petits États insulaires et propose des orientations générales, des lignes directrices et autres outils aux administrations nationales chargées du tourisme, aux professionnels du tourisme et aux autres acteurs du tourisme dans les PEID pour développer et gérer le tourisme de façon durable dans l'intérêt de leurs populations.

*Forging Links Between Protected Areas and the Tourism Sector: How Tourism Can Benefit Conservation*, 2005, PNUE DTIE/ UNESCO/RARE et UNF

<http://www.uneptie.org/pc/tourism/library/home.htm>

Ce manuel basé sur des entretiens avec des entreprises de tourisme, donne des conseils pratiques pour mieux comprendre le secteur du tourisme. Il explique également ce que l'on peut attendre du secteur du tourisme en termes d'aide à la conservation.

*Base de données sur la législation touristique (LEXTOUR)*, 2004, OMT

<http://www.world-tourism.org/doc/F/lextour.htm>

LEXTOUR a été choisi comme système de référence pour accéder directement à des sites Internet externes, des bases de données et des serveurs d'information sur les données législatives produites et diffusées par des sources faisant autorité comme les parlements, les administrations publiques centrales (notamment celles chargées du tourisme), des universités, des associations professionnelles, etc.

*Environmental Impact Assessment and Strategic Environmental Assessment: Toward an Integrated Approach*, 2004, PNUE- ETB

<http://www.unep.ch/etu/publications/textONUBr.pdf>

Ce document annote et compare les leçons tirées de l'application des EIE dans les pays en développement ou en transition, afin que ceux qui effectuent les EIE aient des données de référence pour revoir ou formuler dans ce domaine des lignes directrices adaptées aux besoins, aux priorités du développement et au contexte socioéconomique et culturel de leur pays.

*Coastal Zone Management Report: English-Speaking Caribbean*, 2003, PNUE-GPA

<http://www.gpa.unep.org/documents/PADH-docs.htm>

Le but de cette étude était de faire en sorte qu'il soit plus facile de déterminer dans quelle mesure les engagements ont été traduits en actions sur le terrain, de mettre en évidence les points forts et les points faibles des mesures prises jusque-là et de faire des recommandations pour les actions futures. A cet effet, elle fait le point sur l'état actuel du cadre juridique et institutionnel de la gestion des zones côtières dans les Caraïbes anglophones.

*UNEP Environmental Impact Assessment Training Resource Manual, Second Edition and Studies of EIA Practice in Developing Countries*, 2003, PNUE

<http://www.earthprint.com/>

L'objectif principal de cette publication est de faciliter la préparation de cours d'EIE (évaluation d'impact environnemental) et de supports pédagogiques spécifiques à un pays ou une région donnés. Des outils pédagogiques sont inclus pour aider les formateurs à identifier les besoins des participants et à élaborer des cours répondant à ces besoins. Les études de cas ont été préparées par des spécialistes des EIE de pays en développement pour montrer comment le processus d'EIE est appliqué dans différentes parties du monde en développement et dégager les difficultés qui sont couramment rencontrées dans la pratique. Les études de cas devraient avoir deux fonctions majeures : d'abord, elles peuvent être intégrées au matériel pédagogique pour le rendre plus proche de la réalité. Deuxièmement, elles peuvent servir de référence ou de point de départ pour élaborer des cas spécifiques illustrant l'expérience et la pratique des EIE dans un pays ou une région donnés.

*Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning and Management*, 2002, PNUE/UICN/OMT

[http://www.uneptie.org/pc/tourism/library/sust\\_prot\\_areas.htm](http://www.uneptie.org/pc/tourism/library/sust_prot_areas.htm)

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1259-1>  
Publication qui a pour objet d'aider les gestionnaires d'aires protégées et autres acteurs à planifier et gérer les aires protégées, en s'appuyant sur un grand nombre d'études de cas concrets et une vaste expérience. Faire en sorte que le tourisme suive une voie durable exige une volonté politique claire et le développement des partenariats à tous les niveaux, notamment entre le secteur du tourisme, les organismes publics et les ONG compétents. Cet ouvrage explique comment y parvenir.

*Tourism in the Least Developed Countries*, 2001, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1170-1>

Pour attirer l'attention sur les perspectives économiques intéressantes que peut ouvrir le tourisme, l'OMT et la CNUCED ont organisé une réunion de haut niveau sur le tourisme et le développement dans les pays les moins avancés. Cette publication est un recueil des exposés et des documents de travail de la conférence. Elle fait des recommandations sur la façon dont les pays en développement peuvent présenter et mettre en valeur leurs ressources touristiques pour être compétitives sur le marché international.

*Integrated Coastal Management Guidelines for the ROPME Region*, 2000, PNUE-ROPME

<http://www.ropme.com/pages/publications.asp#>

Lignes directrices applicables dans pratiquement tous les contextes côtiers, par exemple la mise en œuvre progressive de la gestion intégrée des zones côtières dans le cadre des sept mesures proposées ou de certaines d'entre elles. D'autres éléments comme l'importance des ressources naturelles, les possibilités de mise en œuvre, les dispositions institutionnelles ou l'application d'outils et de techniques doivent être compris et appliqués avec souplesse et en tenant compte de la situation de chaque zone.

*Tourism at World Heritage Cultural Sites*, 1999, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1117-1>

Les sites du patrimoine mondial comptent un grand nombre de sites parmi les plus extraordinaires du monde et de monuments du passé parmi les plus prestigieux. Pour les promoteurs du tourisme ils sont de véritables aimants, tandis que pour les nations qui possèdent ces trésors ils servent de symboles qui continuent d'influencer les valeurs actuelles. Ce manuel s'intéresse principalement aux sites construits par l'homme, témoins matériels des grands événements historiques. Il a pour but d'aider les gestionnaires de sites du patrimoine mondial à atteindre un double objectif : assurer la conservation des sites confiés à leurs soins et les rendre accessibles au maximum de visiteurs dans la limite de ce qu'ils peuvent supporter.

*Caribbean Regional Training Manual : Integrated Coastal Area Management (ICAM) for the Tourism Industry*, 1999, PNUE/USAID/SeaGrant

<http://www.cep.unep.org/issues/ICAM%20manual.htm>

Ce manuel sur les principes généraux de la gestion intégrée des zones côtières s'adresse aux praticiens et aménageurs du secteur touristique. Son but est de renforcer la capacité de la région à mettre en œuvre les stratégies de gestion intégrée afin d'atténuer les impacts négatifs des activités touristiques sur les ressources côtières.

*The International Conference on Sustainable Tourism in Small Island Developing States (SIDS) and other Islands*, 1998, OMT/PNUE

<http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/lanzarote.pdf>

Cette conférence a été convoquée conjointement par l'OMT et le PNUE à Lanzarote (Espagne) en 1998. En application de ses résolutions, des réunions régionales ont été organisées en collaboration avec le PNUE :

- Tourisme durable et compétitivité dans les îles de la Méditerranée, Capri, Italie, mai 2000,  
<http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/capri.pdf>
- Conférence internationale sur le tourisme durable dans les îles de la région Asie-Pacifique, Sanya, île d'Hainan, Chine, décembre 2000,  
<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1217-1>

*An Integrated Approach to Resort Development*, 1992, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1018-1>

Cette étude de l'OMT analyse six stations de villégiature toutes entièrement achevées, représentant diverses régions du monde et différents types de développement. Pour chacune, elle donne de nombreux détails sur la planification et la mise en œuvre, en indiquant notamment le stade actuel de développement. Les facteurs économiques, environnementaux et socioculturels pris en compte dans la planification et la mise en œuvre sont également analysés, ainsi que l'impact de ces facteurs sur l'aménagement. Le rapport évalue le financement des infrastructures et des hébergements touristiques, les rôles respectifs du secteur public et du secteur privé dans le financement, et les politiques et procédures financières appliquées. Enfin, il évalue les possibilités d'application de ces procédures de planification et de mise en œuvre à d'autres projets d'aménagement dans le monde.

## Instruments économiques

*Page web du Projet de compte satellite du tourisme*, OMT

[http://www.world-tourism.org/francais/frameset/frame\\_statistics.html](http://www.world-tourism.org/francais/frameset/frame_statistics.html)

Les comptes satellites sont une méthode qui permet de mesurer la taille de secteurs économiques qui, comme le tourisme, ne sont pas définis comme des industries dans la comptabilité nationale. Le tourisme, par exemple, est un amalgame d'industries comme les transports, l'hôtellerie, la restauration, les loisirs et les spectacles, les agences de voyage, entre autres. Un compte satellite de tourisme permet de calculer la consommation de ces biens et services par les touristes dans un pays en utilisant une méthode commune qui permettra les comparaisons dans le temps et avec d'autres pays.

*Tourisme, microfinance et réduction de la pauvreté*, 2005, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1386-1>

Le tourisme peut contribuer à la lutte contre la pauvreté dans les pays en développement, plus particulièrement dans les pays les moins avancés. Mais cette possibilité est étroitement liée à l'accessibilité des sources de financement. Afin de trouver des solutions aux nombreux problèmes que pose le financement des initiatives de développement du tourisme, en particulier des petites entreprises et microentreprises des pays en développement, l'OMT a étudié avec l'aide de PlaNet Finance (organisme de microcrédit) la possibilité d'adapter le microcrédit aux besoins spécifiques du secteur du tourisme. Le rapport formule des recommandations à l'intention des petites entreprises et microentreprises touristiques, ainsi que des organismes de microfinancement, dans le but de les réunir et de favoriser ainsi un développement du tourisme qui bénéficie aux populations pauvres. Il encourage les gouvernements et les IMF à adapter les conditions de prêt aux caractéristiques de l'activité touristique et aux populations pauvres.

*The Use of Economic Instruments in Environmental Policy: Opportunities and Challenges*, 2004, PNUE-ETP

<http://www.unep.ch/etu/Publication/EconInst/econInstruOppChnaFin.pdf>

Ce rapport a pour but d'aider les responsables politiques, notamment dans le monde en développement, à identifier, évaluer et appliquer des instruments économiques pour s'attaquer au niveau national et local aux problèmes environnementaux de leurs pays. Il présente une approche innovante basée sur l'emploi d'outils permettant l'évaluation détaillée du contexte et de la situation du pays et sur l'adaptation des solutions aux besoins du pays.

*Leakages and Linkages in the Tourism Sector: Using Cluster-Based Economic Strategy to Minimize Tourism Leakages*, 2003, OMT

<http://www.world-tourism.org/quality/E/trade2.htm>

Les fuites sont généralement définies comme étant la perte de devises et autres coûts cachés liés aux activités touristiques. Il est possible d'empêcher les fuites par des processus maximisant la capacité des économies nationales et en particulier régionales des pays de bâtir et d'améliorer leur chaîne de valorisation du tourisme. L'un des moyens imaginés pour y parvenir, du moins en partie, a pris la forme d'un développement économique régional basé sur des groupements.

*Financing for Sustainable Development*, 2002, PNUE DTIE / Fonds monétaire international (FMI) / Banque mondiale

[http://www.unepfi.org/fileadmin/documents/financing\\_sustainable\\_devt\\_2002.pdf](http://www.unepfi.org/fileadmin/documents/financing_sustainable_devt_2002.pdf)

Cette étude s'intéresse aux moyens pour les pays en développement de générer une partie des ressources dont ils ont besoin pour leur développement durable et à la contribution que le secteur privé, les pays en développement, les donateurs et les communautés locales peuvent apporter à cet effort. Elle mentionne en particulier des méthodes innovantes pour encourager un financement plus performant de la durabilité par des initiatives du public, du privé ou de partenariats public-privé. Elle fait une large place à la question de la production de ressources supplémentaires pour financer le développement durable mais n'indique pas à quoi ces ressources doivent être employées.

*Financing Sustainable Energy Directory: A Listing of Lenders and Investors*, 2002,

PNUE-FI <http://www.fse-directory.net/>

Le Financing Sustainable Energy Directory est un répertoire d'organismes de prêts et d'investisseurs qui fournissent des capitaux pour les projets d'énergies renouvelables et d'efficacité énergétique. Il a pour vocation d'aider les aménageurs et chefs d'entreprises à la recherche de capitaux, ainsi que les investisseurs à la recherche d'instruments de financement.

*La fiscalité du tourisme*, 1998, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1025-1>

Cette étude propose une analyse approfondie des effets de la taxation du tourisme et formule une série de recommandations pour aider les gouvernements à trouver le bon système fiscal à appliquer au tourisme. S'inspirant de rapports antérieurs sur le sujet et les complétant, il est le fruit de recherches approfondies et de la contribution de six séminaires régionaux organisés un peu partout dans le monde. Il propose un examen et une analyse des concepts et questions de taxation du tourisme, une typologie de taxation et présente les tendances futures. Les résultats et conclusions sont illustrés par l'analyse de six études de cas et par d'autres exemples géographiques.

## Instruments volontaires

*Reports of the Regional Conferences on Sustainability Certification of Tourism*, 2003/2004, OMT

Europe— <http://www.world-tourism.org/sustainable/conf/cert-czech/eng.htm>

Americas— <http://www.world-tourism.org/sustainable/conf/cert-brasil/esp.htm>

Asia-Pacific— <http://www.world-tourism.org/sustainable/conf/cert-malaysia/finalrep.htm>

La nécessité d'une plus grande durabilité des services et activités touristiques est déjà largement reconnue à tous les niveaux. Il existe en outre de nombreuses méthodologies différentes de planning et de développement, ainsi que des techniques de gestion du tourisme qui permettent d'atteindre de hauts niveaux de durabilité et de les améliorer progressivement. Ces méthodologies et techniques peuvent être complétées par des systèmes de certification volontaire des services touristiques. Les

entreprises et organisations qui les fournissent ont commencé à apparaître en 1990 sur le marché international du tourisme et ont proliféré ces dernières années.

*Recommandations aux pouvoirs publics concernant le soutien et/ou la mise en place de systèmes nationaux de certification du tourisme durable*, 2003, OMT

<http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/certification-gov-recomm-fr.pdf>

Ce document insiste sur le rôle des gouvernements pour établir et coordonner des processus multi-acteurs pour les systèmes de certification, donne des orientations pour élaborer des critères de certification et mettre au point pour les aspects opérationnels qui suivent (application, vérification, octroi de la certification, conseil, services d'assistance technique, marketing et communication, droits et financement, etc.)

*Voluntary Initiatives for Sustainable Tourism - Worldwide Inventory and Comparative Analysis of 104 Eco-labels, Awards and Self-Commitments*, 2002, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1232-1>

Cette étude basée sur l'analyse de 104 initiatives volontaires menées dans le monde évalue l'efficacité des programmes existants. Elle dégage les similitudes et les différences entre les initiatives, ainsi que les facteurs qui ont permis leur succès du point de vue du développement d'un tourisme durable. Sur la base des résultats, des lignes directrices sont proposées aux entreprises de tourisme qui souhaitent adopter l'un de ces programmes volontaires ; aux organisations qui gèrent ces initiatives, afin d'améliorer les programmes existants ou d'en créer de nouveaux ; ainsi qu'aux gouvernements et ONG, pour leur fournir les critères techniques et les conseils nécessaires pour le soutien qu'ils peuvent vouloir apporter à ces initiatives.

*Sustainability Reporting Guidelines*, 2002, Global Reporting Initiative (GRI)

[http://www.globalreporting.org/guidelines/2002/GRI\\_guidelines\\_print.pdf](http://www.globalreporting.org/guidelines/2002/GRI_guidelines_print.pdf)

Ces lignes directrices sont le fondement sur lequel reposent tous les autres documents de la GRI ; elles présentent le contenu principal qui concerne toutes les organisations, quels que soient leur taille, leur secteur ou leur localisation. Toutes les organisations qui veulent publier des rapports selon le cadre proposé par la GRI doivent utiliser les lignes directrices comme base, avec l'aide d'autres documents de la GRI le cas échéant.

*Sustainability Reporting Guidelines- Tour Operators Sector Supplement*, 2002, Global Reporting Initiative (GRI)

<http://www.toinitiative.org/reporting/documents/TourOperatorsSupplementNovember2002.pdf>

Ce livre propose des indicateurs de performance spécifiques, élaborés avec la participation de nombreux acteurs. Ces indicateurs peuvent aider les voyageurs à produire un rapport détaillé sur leurs performances en termes de durabilité, aux fins de communication au public et pour suivre en interne leurs performances et apprécier leurs progrès.

*Trust Us: The Global Reporters 2002 Survey of Corporate Sustainability Reporting*, 2002, SustainAbility

<http://www.sustainability.com/online/>

Trust Us est le second rapport de la série Global Reporters à examiner à la loupe les rapports des entreprises sur le développement durable et à s'intéresser aux nouvelles

tendances et aux sujets d'actualité qui émergent dans ce domaine de plus en plus important de la responsabilité des entreprises.

*Surveillance de la prostitution des enfants dans le tourisme - Campagne internationale contre l'exploitation sexuelle des enfants dans le tourisme*, OMT

[http://www.world-tourism.org/protect\\_children/index.htm](http://www.world-tourism.org/protect_children/index.htm)

Conscient de la nécessité d'engager les gouvernements et le secteur privé dans la campagne internationale contre le tourisme sexuel impliquant des enfants, le service de surveillance de la prostitution des enfants de l'OMT et ses partenaires (ECPAT, Fédération internationale des journalistes et Terre des Hommes, Allemagne) ont lancé une série de projets. Ces projets ont débouché sur la mise en œuvre de lignes directrices à l'intention des centres de coordination des administrations nationales chargées du tourisme et des destinations touristiques, l'application du Code de conduite pour la protection des enfants contre l'exploitation sexuelle dans les voyages et le tourisme et ses six critères à l'intention des voyageurs ([www.thecode.org](http://www.thecode.org)), l'intégration de modules de formation sur l'exploitation sexuelle des enfants à des fins commerciales dans les cursus des écoles de formation aux métiers du tourisme, une meilleure information des journalistes et des jeunes européens sur l'exploitation sexuelle des enfants à des fins commerciales. Le projet reconnaît également la diversité des acteurs du tourisme et encourage tous les secteurs à participer, notamment les voyageurs, les hôtels, les compagnies aériennes et les ministères du Tourisme.

*Encouraging Voluntary Initiatives for Corporate Greening*, 2000, PNUE-DTIE

[http://www.uneptie.org/outreach/vi/reports/encouraging\\_voluntary\\_initiatives.pdf](http://www.uneptie.org/outreach/vi/reports/encouraging_voluntary_initiatives.pdf)

Cette étude affirme qu'aucune des options habituelles (ni le marché, ni les mesures réglementaires classiques) ne permet de relever le défi du développement durable dans une économie politique dynamique qui se mondialise, du moins, si elles sont appliquées de la manière habituelle et associées sans vision globale. Les efforts pour élaborer un ensemble cohérent et parfaitement intégré de motivations pour les « initiatives volontaires » ont eux aussi peu de chances d'être suffisants. C'est pourquoi, selon les auteurs de l'étude, il est indispensable d'élaborer cet ensemble de motivations en même temps que des initiatives individuelles pertinentes, au niveau mondial et national.

*Voluntary Initiatives: Current Status, Lessons Learnt and Next Steps*, 2000, PNUE

[http://www.uneptie.org/outreach/vi/reports/voluntary\\_initiatives.pdf](http://www.uneptie.org/outreach/vi/reports/voluntary_initiatives.pdf)

Cette étude est structurée autour des cinq grands types d'initiatives volontaires et s'appuie sur les interventions et les débats qui ont eu lieu lors de l'atelier du PNUE sur les initiatives volontaires (septembre 2000). Elle résume les principaux messages et suggère des mesures pour améliorer l'efficacité et la crédibilité des initiatives volontaires dans le contexte actuel de mondialisation.

*Awards for Improving the Coastal Environment: The Example of the Blue Flag*, 1997, FEEE/ PNUE et OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1019-1>

Publication conjointe de l'OMT, de la Fondation pour l'éducation à l'environnement en Europe (FEEE) et du PNUE, cet ouvrage décrit la campagne Pavillon bleu lancée en Europe. Il explique en quoi cette campagne peut aider le secteur du tourisme tout en améliorant l'environnement des zones côtières. Plusieurs chapitres sont consacrés à

l'historique de la campagne Pavillon bleu, à son mode de financement et de suivi, ainsi qu'aux critères et aux leçons que l'on peut tirer de l'expérience européenne. Il s'intéresse aussi aux différences entre les plages européennes et celles d'autres régions du monde et explique comment adapter le programme Pavillon bleu à l'extérieur de l'Europe.

*Ecolabels in the Tourism Industry*, 1996, PNUE

<http://www.uneptie.org/pc/tourism/library/ecolabels.htm>

Cette publication se penche sur le rôle des écolabels dans un contexte d'autoréglementation volontaire des professionnels du tourisme. Le but est d'aider ceux qui engagent une démarche d'écolabellisation à mieux comprendre la nature des programmes d'écolabel (le secteur du tourisme, les autorités nationales et locales, les communautés locales et les ONG).

*Environmental Codes of Conduct for Tourism, UNEP Technical Report No. 29*, 1995, PNUE

[http://www.uneptie.org/pc/tourism/library/codes\\_of\\_conduct.htm](http://www.uneptie.org/pc/tourism/library/codes_of_conduct.htm)

Rapport technique basé sur les résultats d'une étude et d'une analyse des codes élaborés par des pays, des associations professionnelles et des ONG. Il donne des exemples de codes environnementaux pour les professionnels du tourisme, les communautés d'accueil et les touristes, indique les principaux traits communs de ceux qui atteignent leurs objectifs et quelques-uns des écueils les plus courants, présente les outils et programmes de mise en œuvre et de suivi actuellement employés pour mettre les codes en pratique, suivre et publier les résultats, donne des références et des adresses utiles.

## Instruments de soutien

*Guidelines on Municipal Wastewater Management*, 2004, PNUE

[http://www.gpa.unep.org/documents/wastewater/Guidelines\\_Municipal\\_Wastewater\\_Mgmt%20version3.pdf](http://www.gpa.unep.org/documents/wastewater/Guidelines_Municipal_Wastewater_Mgmt%20version3.pdf)

Ces lignes directrices donnent des conseils pratiques sur la façon de planifier des systèmes municipaux de gestion des déchets adaptés et respectueux de l'environnement. Elles s'adressent aux décideurs, au personnel opérationnel des institutions publiques et du secteur privé, aux banques de développement et aux organisations associées.

*UNEP Programmes and Resources for Environmental Education and Training: An Introductory Guide*, 2004, PNUE

<http://www.earthprint.com>

Ce guide présente quelques-uns des multiples programmes et ressources du PNUE qui soutiennent le travail crucial d'éducation et de formation à l'environnement. Il fournit des informations sur les cours du programme UNEP Environmental Leadership, les réseaux PNUE de formation à l'environnement, son engagement de soutenir les activités pédagogiques pour l'environnement qui créent un lien entre les écoles et leurs communautés, les programmes de formation à l'intention des femmes en tant que gestionnaires des ressources naturelles ; enfin, il donne des exemples de ses programmes d'éducation du public dans les journaux et à la télévision.



*Evaluation des activités promotionnelles des ONT*, 2003, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1331-1>

Ce rapport s'intéresse à la façon dont les destinations touristiques et les Offices nationaux du tourisme (ONT) évaluent l'efficacité de leurs activités promotionnelles. Il s'appuie sur une analyse approfondie des études consacrées à la question. À partir des résultats d'une enquête auprès des ONT sur leurs pratiques actuelles d'évaluation, il compare les différentes méthodes utilisées pour faire ressortir les meilleures pratiques. Enfin, il donne des conseils pour évaluer les activités en suggérant plusieurs actions concrètes.

*A Manual for Water and Waste Management: What Tourism can do to Improve its Performance*, 2003, PNUE-DTIE

[http://www.uneptie.org/tourism/library/waste\\_manual.htm](http://www.uneptie.org/tourism/library/waste_manual.htm)

Ce manuel consacré à la gestion des déchets solides et de l'eau donne des conseils illustrés par des exemples sur la façon de procéder pour que les activités touristiques donnent des résultats positifs, tout en limitant au maximum les atteintes aux systèmes écologiques et physiques d'une localité. Des études de cas attirent l'attention sur des grandes chaînes d'hôtels qui utilisent déjà des systèmes de management environnemental, mais l'accent est surtout mis sur les PME des pays en développement, des petits États insulaires en développement et des destinations touristiques en développement.

*Managing Urban Sewage An Introductory Guide for Decision-makers, Freshwater Management Series No. 10*, 2003, PNUE-IETC

<http://www.unep.or.jp/ietc/Publications/Freshwater/FMS10/index.asp>

Ce document fait partie de la série Introductory Guides for Decision-makers de l'IETC. Ces guides sont destinés à aider les responsables locaux à comprendre les problèmes et à prendre des décisions éclairées dans l'intérêt de tous les citoyens et autres partenaires.

*Capacity Building for Sustainable Development: An Overview of UNEP Environmental Capacity Development Initiatives*, 2002, PNUE

[http://www.unep.org/Pdf/Capacity\\_building.pdf](http://www.unep.org/Pdf/Capacity_building.pdf)

Guide montrant la place centrale qu'occupe le renforcement des capacités dans les activités du PNUE, notamment pour favoriser le développement durable des pays en développement ou en transition. Il donne des exemples d'initiatives de renforcement des capacités prises en 10 ans depuis le Sommet de Rio et tente de faire des projections pour la prochaine décennie, celle de l'après-Johannesburg.

*Human Resources in Tourism: Towards a New Paradigm*, 2002, OMT

<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1258-1>

Le développement des ressources humaines est capital pour l'efficacité des activités touristiques. C'est dans ce contexte que s'est tenue les 26 et 27 janvier 1998 à Madrid (Espagne) la II<sup>ème</sup> Conférence internationale sur les métiers du tourisme sur le thème « L'emploi dans le tourisme : vers un nouveau paradigme » à laquelle ont participé plus de 30 orateurs et 350 personnes de 28 pays. Cet ouvrage rassemble les exposés faits pendant la conférence sur la situation actuelle des ressources humaines dans le secteur du tourisme et l'opportunité de créer un autre cadre conceptuel pour la qualité et l'efficacité du capital humain dans ce secteur.

*E-Business for Tourism - Practical Guidelines for Destinations and Businesses*, 2001, OMT  
<http://www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1210-1>  
 Guide à l'intention de ceux qui veulent se lancer dans l'e-business. Après avoir expliqué les concepts d'e-business et de gestion de la relation client, il dresse un panorama de l'évolution des chaînes de valeur et du rôle des DMO (organisme de gestion de destination). Il donne ensuite des conseils pratiques sur la façon dont les DMO doivent relever les défis en développant des systèmes d'e-business et plus particulièrement comment s'y prendre pour créer des sites Internet pour les consommateurs, les intermédiaires, les médias du tourisme et les entreprises touristiques. Il s'intéresse aussi à l'e-business pour les fournisseurs du secteur du tourisme, notamment les PME. Des outils électroniques peuvent aider les PME à accéder au marché et garantir leur viabilité économique, leur contribution aux économies locales et à la lutte contre la pauvreté, etc.

*Urban Environmental Management: Environmental Management System Training Resource Kit*, 2001, UNEP / FIDIC / ICLEI

<http://www.earthprint.com>

La majorité des systèmes de management environnemental (SME) ont été élaborés pour améliorer les performances environnementales des organisations privées, en particulier des entreprises commerciales. Tout récemment, des collectivités locales ont elles aussi manifesté un intérêt pour les SME en tant qu'outil méthodique pour garantir la durabilité des villes et améliorer les conditions de vie. Les collectivités sont, en fait, des consommateurs et des producteurs de biens et services (électricité, produits alimentaires, eau, infrastructures, etc.) et leurs activités et choix politiques ont un impact majeur sur l'économie locale, l'environnement, la santé et la qualité de vie des citoyens.

*Sowing the Seeds of Change: Environmental Teaching Pack for the Hospitality*, 2001, PNUE-DTIE

<http://www.uneptie.org/pc/tourism/library/training-hotel.htm>

Ce kit pédagogique permet aux professionnels de la formation d'élaborer des programmes environnementaux personnalisés répondant aux besoins et objectifs de chaque école et système éducatif (avec des cours de 45 minutes minimum) ; pour les étudiants en gestion du secteur de l'hôtellerie/restauration/café, il servira de manuel d'information et de référence sur les questions d'environnement. Il peut aussi être utilisé par les professionnels de l'hôtellerie/restauration/café pour mettre en œuvre des programmes de sensibilisation et des systèmes de management environnemental.

*Caribbean Regional Training Manual: Environmentally Sound Tourist Facility Design and Development for the Tourism Industry*, 1999, PNUE / USAID / CAST

<http://www.cep.unep.org/issues/design-siting%20manual.htm>

Ce manuel a pour but d'améliorer les capacités techniques des aménageurs et urbanistes des zones côtières des Caraïbes en se penchant sur les problèmes posés par les techniques traditionnelles de construction et d'architecture des aménagements touristiques et en présentant des concepts et conseils pour la réalisation et la durabilité environnementale des nouveaux aménagements.

*Caribbean Regional Training Manual: Solid Waste and Wastewater Management for the Tourism Industry*, 1999, PNUE / USAID / CEHI

<http://www.cep.unep.org/issues/solid%20waste%20manual.htm>

Ce manuel a pour but d'améliorer les capacités techniques du secteur du tourisme en matière de prévention et de lutte contre la pollution d'origine terrestre due au tourisme. Il propose des stratégies qui améliorent la gestion de l'eau, des eaux usées et des déchets solides au niveau des infrastructures touristiques et encourage l'adoption de bonnes pratiques pour la réduction, le recyclage et la réutilisation de la plupart des déchets solides générés par et ayant une incidence sur le tourisme.

*Transport and the Global Environment: Accounting for GHG Reductions in Policy Analysis*, 1999, PNUE / RISØ

<http://www.earthprint.com>

Cet ouvrage propose une structure analytique cohérente pour étudier les aspects environnementaux des choix de transport ; définit les principaux concepts économiques et environnementaux à utiliser pour analyser la politique ; et donne des informations sur les technologies, les impacts environnementaux et le rapport coût-efficacité des différentes options politiques. Il décrit également un mécanisme financier international qui peut être employé pour soutenir les politiques et programmes de transports durables.

*Improving Training and Public Awareness on Caribbean Coastal Tourism*, 1997, USAID / PNUE-CEP

<http://www.cep.unep.org/issues/panos.PDF>

Cette étude fait partie d'un projet régional lancé fin 1995 pour promouvoir les actions de lutte contre la pollution d'origine terrestre due au tourisme qui a un impact négatif sur les ressources côtières et marines. Elle s'inspire de ses résultats et conclusions pour proposer un ensemble d'activités de formation et de sensibilisation du public au projet.



---

# *Contacts*

---

---

## Contacts

Auteur de la publication : Richard Denman, The Tourism Company, UK [rdenman@thetourismcompany.com](mailto:rdenman@thetourismcompany.com)

Liste des contacts pour obtenir de plus amples informations sur les études de cas et les exemples donnés dans les encadrés.

Étude de cas	Contact	Organization	Courriel	Site internet
Bulgarie	Kamelia Georgieva	Biodiversity Conservation and Economic Growth Project	kgeorgieva@hrc-bg.com	<a href="http://www.ecotourism.bulgariatravel.org">www.ecotourism.bulgariatravel.org</a>
Écosse	Sandy Dear	Scottish Tourism and Environment Forum	sandy.dear@visitscotland.com	<a href="http://www.greentourism.org.uk">www.greentourism.org.uk</a>
Mexique	Juan Carlos Arnau Avila Leonel Uriarte García	Secretaría de Turismo de México	jcarnau@sectur.gob.mx luriarte@sectur.gob.mx	<a href="http://www.sectur.gob.mx">www.sectur.gob.mx</a>
Égypt	Ahmed Hassan	Red Sea Sustainable Tourism Initiative	ahassan1@rssti.com	<a href="http://www.rssti.com">www.rssti.com</a>
Costa Rica	Amos Bien	The International Ecotourism Society	amos@ecotourism.org	<a href="http://www.visitcostarica.com">www.visitcostarica.com</a> <a href="http://www.turismo-sostenible.co.cr">www.turismo-sostenible.co.cr</a>
Australie	Alice Crabtree David Morgans	The International Ecotourism Society Tourism Queensland	alice@ecotourism.org david.morgans@tq.com.au	<a href="http://www.atc.net.au">www.atc.net.au</a> <a href="http://www.tq.com.au">www.tq.com.au</a>
Ghana	Wouter Schalken	SNV Ghana	wschalken@snyghana.org	<a href="http://www.snvworld.org">www.snvworld.org</a>
Afrique du Sud	Johann Kotze	Department of Environmental Affairs and Tourism	jkotze@deat.gov.za	<a href="http://www.environment.gov.za">www.environment.gov.za</a>
Calvià	Maxi Lange Eduardo Cozar Pablo de la Peña	Ajuntament de Calvià	mlange@calvia.com ecoazar@calvia.com	<a href="http://www.calvia.com">www.calvia.com</a>
Kaikoura	Ian Challenger	Kaikoura District Council	ian.challenger@kaikoura.govt.nz	<a href="http://www.kaikoura.co.nz">www.kaikoura.co.nz</a>

Encadré	Encadré #	Contact	Organization	Courriel	Site internet
Honduras	3.1	Yara Zuñiga	Honduras Institute of Tourism	yzuniga@iht.hn	<a href="http://www.letsghonduras.com">www.letsghonduras.com</a>
Fidji	3.2	Daniele Ponzi	Asian Development Bank	dponzi@adb.org	<a href="http://www.wwf.org.uk/filelibrary/pdf/fjitourism.pdf">www.wwf.org.uk/filelibrary/pdf/fjitourism.pdf</a>
Europarc	4.2	Richard Blackman	EUROPARC Federation	r.blackman@europarc.org	<a href="http://www.europarc.org">www.europarc.org</a>
Lanzarote	5.1	-	Cabildo de Lanzarote	-	<a href="http://www.cabildodelanzarote.com/areas/presidencia/biosfera">www.cabildodelanzarote.com/areas/presidencia/biosfera</a>
Iguazu	5.2	-	Iguazu Forest Natural Reserve	-	<a href="http://www.iguazuforest.com">www.iguazuforest.com</a>
Malte	5.3	Marie Louise Mangion	Malta Tourism Authority	marielouise.mangion@visitmalta.com	<a href="http://www.mta.com.mt">www.mta.com.mt</a>

Encadré	Encadré #	Contact	Organization	Courriel	Site internet
Namibia	5.4	-	Namibia Ministry of Environment and Tourism	-	www.dea.met.gov.na
Vietnam	5.5	Pham Quang Hung Douglas Hainsworth	Vietnam National Administration of Tourism SNV Vietnam	douglas@snv.org.vn	www.vietnam-tourism.com
Royaume-Uni	5.6	-	VisitBritain	-	www.tourismtrade.org.uk/uktrade/advisory
ECOLUP	5.7	Marion Hammerl	-	marion.hammerl@bodensee-stiftung.org	www.ecolup.info
Maldives	5.8	Moosa Zameer Hassan	Maldives Ministry of Tourism	zameer@maldivestourism.gov.mv	www.maldivestourism.gov.mv
Colombie	5.9	Richard Tapper	-	rtapper@dircon.co.uk	www.bfn.de/09/tayrona.pdf
Belize	5.11	-	Protected Areas Conservation Trust	-	www.pactbelize.org
Madagascar	5.11	-	Association Nationale pour la Gestion des Aires Protégées	-	www.parcs-madagascar.com/angap
Maroc	5.12	Myriem Touhami	United Nations Environment Programme	Myriem.touhami@unep.fr	www.uneptie.org/energy/
Catalogne (Espagne)	5.12	Salvador Semitier Marti	Generalitat de Catalunya, Departament de Medi Ambient i Habitatatge	wsamitier@gencat.net	www.gencat.net/mediamb/qamb/inici.htm
Rimini	5.12	Enzo Finocchiaro	Provincia di Rimini	finocchiaro@provincia.rimini.it	www.turismosostenibile.provincia.rimini.it
Royaume-Uni	5.12	-	-	-	www.hospitableclimates.co.uk
Barbades	5.12	-	Government of Barbados	-	www.
Code de conduite pour la protection des enfants	5.13	-	ECPAT	-	www.thecode.org
Arctique	5.14	Miriam Geitz	WWF Arctic Programme	mgeitz@wwf.no	www.panda.org/arctic
Sydney (Australie)	5.15	Simon McArthur	Q-Station	Simon.McArthur@q-station.com.au	www.q-station.com.au
Afrique du Sud	5.16	Jennifer Seif	Fair Trade in Tourism South Africa	info@fairtourismsa.org.za	www.fairtourismsa.org.za
VISIT	5.17	-	European Voluntary Initiative for Sustainability in Tourism	-	www.yourvisit.info
Pavillon Bleu	5.18	Finn Bolding Thomsen	Foundation for Environmental Education	blueflag@blueflag.org	www.blueflag.org
Lake District (Royaume-Uni)	5.19	Claire Stott	Lake District Tourism and Conservation Partnership	Claire@lakespartnership.org.uk	www.lakespartnership.org.uk

Encadré	Encadré #	Contact	Organization	Courriel	Site internet
Autriche	5.20	Veronika Holzer	Austrian Ministry of Agriculture, Forestry, Environment and Water	veronika.holzer@lebensministerium.at	www.mobilito.at; www.alpsmobility.org
Turkie	5.21	-	-	-	www.toinitiative.org/destinations/destination.htm#Side
ODIT France	5.22	Jean-Paul Teyssandier	Observation, Développement et Ingénierie Touristique, France	jean-paul.teyssandier@odit-france.fr	www.odit-france.fr
England	5.23	-	The Countryside Agency	-	www.greenauditkit.org
Jamaica	5.24	Hugh Cresser	Environmental Audits for Sustainable Tourism project	east@infochan.com	
Népal	5.25	Rabi Jung Pandey	Tourism and Rural Poverty Alleviation Programme	rjpandey_trpap@ntb.org.np	www.welcomenepal.com/trpap
REDTURS	5.26	-	-	-	www.redturs.org
Tanzanie	5.27	-	-	-	www.snvworld.org/cds/rgTUR/documents_1.htm
Leave no Trace	5.28	-	The Leave No Trace Programme	-	www.lnt.org
Royaume-Uni	5.29	-	Foreign and Commonwealth Office, Department for International Development	-	www.fco.gov.uk www.dfid.gov.uk/pubs/files/rough-guide/better-world.pdf





## Notes

---



## L'Organisation mondiale du tourisme

L'Organisation mondiale du tourisme est une institution spécialisée des Nations Unies qui sert de forum mondial d'échange sur les questions et politiques touristiques. Elle compte 153 États membres et plus de 300 Membres associés appartenant au secteur public et au secteur privé.

L'OMT génère du savoir-faire pour ses membres et la communauté internationale du tourisme. Le Département du développement durable du tourisme de l'OMT mène actuellement des activités dans les domaines suivants :

- > **politiques et planification pour le développement durable du tourisme :** l'OMT fournit une assistance technique pour la planification d'un tourisme durable au niveau national, régional et local dans tous les pays ;
- > **tourisme durable dans des destinations spécifiques :** l'OMT soutient le développement durable et la gestion des destinations côtières, rurales et urbaines, des sites du patrimoine culturel, des aires protégées, etc. et des petits États insulaires en développement ;
- > **tourisme et lutte contre la pauvreté :** au Sommet mondial pour le développement durable en 2002, l'OMT a lancé le concept de « tourisme durable comme outil pour éliminer la pauvreté (ST-EP) » et met actuellement en œuvre des projets dans ce domaine. L'OMT collabore avec des institutions de microfinancement et des gouvernements du monde en développement, les encourageant à coordonner leurs efforts et à soutenir les microentreprises et les PME ;
- > **le Code mondial d'éthique du tourisme,** approuvé par les Nations Unies, est un ensemble complet de principes qui a pour but d'amener les acteurs du développement du tourisme, notamment les touristes, à adopter des comportements éthiques ;
- > **indicateurs du tourisme durable :** l'OMT encourage l'application d'indicateurs de durabilité dans les destinations, comme outils fondamentaux pour la planification et le contrôle du tourisme ;
- > **changement climatique et tourisme :** l'OMT se penche sur les rapports complexes qui existent entre le changement climatique et le tourisme ;
- > **initiatives volontaires pour un tourisme durable :** systèmes de certification, écolabels et autres formes de réglementation volontaire sont une alternative efficace à la législation.

***La mission de l'OMT est de promouvoir et développer le tourisme comme moyen de contribuer à l'entente internationale, à la paix, au développement économique durable et au commerce international.***

Pour en savoir plus, consultez le  
site **[www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)**

## **A propos de la division Technologie, Industrie et Economie du PNUE**

La division Technologie, Industrie and Economie du PNUE aide les autorités nationales et locales et les décideurs de l'industrie à élaborer et mettre en œuvre des politiques et des pratiques axées sur le développement durable.

La division s'attache à promouvoir :

- > des modes de consommation et de production durables,
- > l'utilisation efficace des énergies renouvelables,
- > la gestion adéquate des produits chimiques,
- > l'intégration des coûts environnementaux dans les politiques de développement.

### **De Paris, le direction coordonne les activités menées par :**

- > **Le Centre international d'éco-technologie** - IETC (Osaka, Shiga), qui met en œuvre des programmes de gestion intégrés des déchets, de l'eau et des catastrophes, en Asie principalement.
- > **Le service Production et Consommation** (Paris), qui encourage des modes de consommation et de production durables afin de contribuer au développement de la société par le marché.
- > **Le service Substances chimiques** (Genève), qui catalyse les efforts mondiaux destinés à assurer une gestion des produits chimiques respectueuse de l'environnement et à améliorer la sécurité relative à ces produits dans le monde.
- > **Le service Energie** (Paris), qui favorise des politiques de développement durable en matière énergétique et de transport et encourage les investissements dans les énergies renouvelables et l'efficacité énergétique.
- > **Le service Action Ozone** (Paris), qui, dans le cadre du Protocole de Montréal, soutient les programmes d'élimination progressive des substances appauvrissant la couche d'ozone dans les pays en développement et les pays en transition.
- > **Le service Economie et Commerce** (Genève), qui aide les pays à intégrer les considérations d'ordre environnemental dans les politiques économiques et commerciales et mobilise le secteur financier pour intégrer le développement durable dans ses stratégies.

*Les activités de la Division sont axées sur la sensibilisation, les transferts d'information et de connaissances, le renforcement des capacités, l'appui à la coopération technologique, les partenariats et la mise en œuvre des conventions et accords internationaux.*

Pour en savoir plus,  
consultez le site **[www.unep.fr](http://www.unep.fr)**

**Le tourisme est une activité économique majeure dont le développement peut avoir des impacts importants - aussi bien positifs que négatifs - sur les sociétés et l'environnement.**

**Ce Guide offre aux gouvernements des pistes afin de rendre le tourisme plus durable. Il propose douze objectifs clés pour mettre en place un tourisme durable et indique comment les traduire dans des politiques, en décrivant les structures de collaboration et les stratégies nécessaires aux niveaux national et local. Il identifie également plusieurs façons d'influencer le développement et la gestion des entreprises touristiques ainsi que les activités des touristes.**

**Ce Guide présente un ensemble d'outils qui peuvent être utilisés par les gouvernements, de l'aménagement du territoire aux mesures économiques en passant par l'utilisation de systèmes de certification et d'indicateurs. Il s'appuie sur des expériences pratiques et est illustré par de nombreux exemples et études de cas en provenance du monde entier.**

[www.unep.org](http://www.unep.org)

United Nations Environment Programme  
P.O. Box 30552 Nairobi, Kenya  
Tel.: ++254 (0)20-762 1234  
Fax: ++254 (0)20-762 3927  
E-mail: [unepub@unep.org](mailto:unepub@unep.org)



**Pour en savoir plus :  
PNUE DTIE**

**Service Production et Consommation**  
39-43, quai André Citroën  
75739 Paris CEDEX 15  
France  
Tél: +33 1 4437 1450  
Fax: +33 1 4437 1474  
Courriel: [unep.tie@unep.fr](mailto:unep.tie@unep.fr)  
[www.unep.fr/pc](http://www.unep.fr/pc)



WORLD TOURISM ORGANIZATION  
ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO  
ORGANIZAZIONE MONDIALE DEL TURISMO  
WORLDWIDE TOURISM ORGANIZATION  
منظمة السياحة العالمية

**Organisation mondiale du tourisme**  
Capitán Haya 42  
28020 Madrid  
Spain  
Tél: (34) 915 678 100  
Fax: (34) 915 713 733  
Courriel: [omt@world-tourism.org](mailto:omt@world-tourism.org)  
[www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)