

TOURISME DURABLE : LA LIBERTÉ D'EXPÉRIMENTER

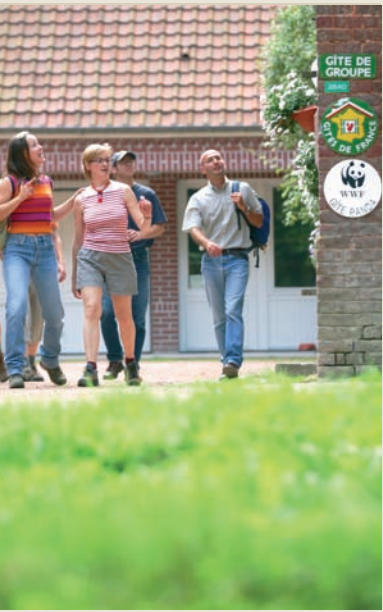


Ph. Samuel Dhote.

L'accueil touristique dans un Parc naturel régional est, par définition et par excellence, une occasion de promouvoir un développement durable, économique bien-sûr, mais aussi social, environnemental, culturel. Le principe est simple, mais la réalité des territoires beaucoup moins. Selon son histoire, sa géographie et l'ancienneté du Parc, il faut apprendre aux visiteurs à respecter l'environnement ou imaginer des produits "nature" pour des touristes d'un nouveau type, voire

cultiver l'identité locale jusqu'à ce que se développe, ex nihilo, un tourisme culturel. Une démarche qui ne peut se concevoir sans une implication des acteurs de leurs territoires et aussi des usagers. Au final, les experts sont formels : si le tourisme dans les Parcs n'était pas durable, il ne le serait nulle part...

TOURISME DURABLE : LA LIBERTÉ D'EXPÉRIMER



Ph. Samuel Dhote.



Ph. F.Morion LPO Aude.

Dans le Parc de la Narbonnaise en Méditerranée, les sternes nichent dans le sable et doivent être protégées.

En France, le tourisme pèse plus lourd que la chimie ou l'automobile. 75 millions de personnes s'y déplacent pour leurs vacances chaque année, 35 % d'étrangers, 65 % de français. Parmi les destinations, les espaces littoraux, montagnards ou campagnards sont largement majoritaires. Il ne s'agit donc pas d'un détail ! Or, les Parcs naturels régionaux, chargés d'accompagner un développement durable de leur territoire, sont tout naturellement désignés pour s'intéresser au développement d'un tourisme lui aussi durable, c'est-à-dire porteur de croissance économique, socialement enrichissant, culturellement ancré dans l'identité locale et respectueux de l'environnement afin d'assurer la pérennité de sa qualité.

C'est même une évidence pour beaucoup. « *L'environnement est, en quelque sorte, notre fonds de commerce*, dit Léone Martin-Retord, présidente de la commission Tourisme du Parc du Massif des Bauges, dans les Alpes du Nord. *Nous connaissons depuis toujours la richesse de nos patrimoines naturel et humain. La culture locale est forte, très présente dans le quotidien, car la vie ici, n'est pas facile. Y habiter est un choix. Et c'est sur ces atouts que nous nous appuyons pour faire du développement, c'est une question de bon sens !* »



Ph. PNR Massif des Bauges.

Hélicoptage de vieux pylônes.

Maîtriser les conséquences d'un tourisme de masse

Mais il est tout aussi évident que rien ne se passe de la même façon d'un territoire à l'autre. Certains Parcs se trouvent dans des régions touristiques depuis un siècle, dans des espaces intensément aménagés qui produisent friches et déchets en quantité industrielle, qu'il n'est pas simple de gérer. Ils doivent convaincre les acteurs locaux et les touristes eux-mêmes, que pour continuer à profiter de la beauté et de la richesse des sites où ils séjournent, ils doivent aider à les protéger. C'est aussi une question de bon sens, mais pas très facile à faire comprendre à des milliers de personnes qui ne font que passer sur le territoire et n'y reviendront peut-être jamais. En revanche, les entreprises y restent...

Le Parc du Massif des Bauges, par exemple, pionnier des sports d'hiver, a pris conscience du fait qu'un certain nombre de remontées mécaniques et autres aménagements de stations datant des années 70, abandonnées, étaient autant de friches industrielles du plus mauvais effet. En 2005, après un inventaire avec les communes concernées et en partenariat avec l'association internationale de protection de la montagne, Mountain Wilderness, il

a procédé au démontage et à l'hélicoptage de pylônes, d'arches intermédiaires, de câbles, de matériel de gares d'arrivées et de départ. Parallèlement, il soutient le développement de sports de loisirs et de nature en montagne, ce qui a aidé quatre stations à obtenir la certification Iso 9001.



Le contexte du Parc de la Narbonnaise en Méditerranée est différent, mais les objectifs sont comparables. Son territoire est très particulier : 35 km de plage sur le littoral audois, un patrimoine naturel fait de lagunes, d'étangs et de garrigues sèches, entourant trois stations de bord de mer,

Ph. Th. Hytte - PNR Vercors.



Le Vercors, ou comment maîtriser un tourisme de masse.



Narbonne-Plage, Saint-Pierre-la-Mer et Port-Leucate. La population passe de 10 000 l'hiver à 300 000 en été. La priorité définie par le Parc consiste à informer et à communiquer le mieux possible avec le public fréquentant la région pour lui faire prendre conscience de ses responsabilités. L'opération "Plage vivante" a mis l'accent sur les sternes, ces oiseaux qui nichent sur le sable. Les petits, prêts à l'envol en juillet-août, s'ils sont dérangés, finiraient par disparaître. Ils sont donc le symbole, s'ils ne fuient pas la région, qu'un tourisme de masse mais respectueux de la biodiversité locale est possible ! Le Parc, en partenariat avec la Délégation Aude de la LPO (Ligue pour la Protection des Oiseaux) a édité des cartes postales, posé des filets avec des panneaux explicatifs aux endroits à protéger, projeté un diaporama dans les cafés,

dans les campings et même au bord de la plage. Il a aussi informé les techniciens municipaux pour que, quand ils nettoient la plage avec leurs engins au printemps et durant la saison estivale, il n'y ait pas de destruction des œufs et des poussins de sternes.

Au-delà de la protection d'une espèce emblématique, le Parc de la Narbonnaise doit aussi se battre contre les engins à moteur de tous acabits qui tentent de fréquenter le sable au plus près, parce que c'est amusant. La pression foncière est importante dans ces régions, des habitants nouveaux arrivent, s'y installent définitivement, près du soleil et de la mer. Un littoral narbonnais, si attractif et si précieux, qu'il fait l'objet de toutes les attentions ! Sans oublier que le tourisme durable doit rester accessible à tous les visiteurs et intégrer les composantes sociales du territoire.

"Préserver, agir, partager"

Troisième exemple de Parc ayant réussi la maîtrise d'un tourisme de masse : le Vercors. Dès sa création en 1970, le tourisme a commencé à faire partie de ses préoccupations. Les Jeux olympiques d'hiver, deux ans auparavant, ont provoqué une véritable explosion de la fréquentation de

la région et de la pratique du ski. Il a vite fallu imaginer des alternatives aux activités coûteuses en aménagements, en équipements et en constructions frénétiques. « Heureusement, dit Danièle Girardi, présidente de la commission Tourisme durable, un Parc est un outil extraordinaire, car il a la liberté d'expérimenter. Des territoires subissent le tourisme, nous, notre mission est d'en maîtriser les effets secondaires et d'anticiper sur



La route de l'eau, dans le Pilat, prétexte à participation des acteurs.

Ph. PNR Pilat.

son évolution. Dès ses origines et aujourd'hui encore, le Parc est moteur du développement économique local, touristique et agricole. »

La préoccupation centrale du Parc du Vercors est la mise en réseau des professionnels. C'est ainsi qu'il a aidé à la mise en place d'un réseau de gîtes, puis à améliorer la qualité de l'accueil. La marque "Accueil du Parc" est tombée à pic pour développer cette qualité. Aujourd'hui, elle est accordée à 76 hébergements. Et pour conserver la marque, de plus en plus exigeante, les acteurs locaux doivent s'améliorer sans cesse. Ils suivent, par exemple, des formations sur les plantes sauvages, sur la gestion environnementale des structures d'accueil, sur les économies d'énergie et les énergies renouvelables... En contrepartie, on trouve sur le site Internet du Parc les liens et coordonnées de tous les acteurs "nature" du tourisme local, les "hôtels au naturel", les "gîtes Panda" et hébergements marqués "Accueil du Parc", les randonnées découverte, les stages photos, les étapes possibles de la Grande Traversée du Vercors, à pied, à cheval, à vélo, en traîneau, avec une mule, ou en ski nordique !



15 écocardes pour sensibiliser et faire évoluer les pratiques du tourisme.

Ph. PNR Verdon.



Ph. Agence Traversée

Christian Mantei : "Si le développement durable du tourisme ne réussit pas dans les Parcs, il ne réussira nulle part !"

Christian Mantei est directeur général d'ODIT France, GIP créé par le Comité interministériel du tourisme de septembre 2003, rassemblant huit ministères, la Caisse des Dépôts, la DIACT, toutes les Régions, une soixantaine de départements, des EPCI, des opérateurs touristiques... Il est un outil au service des territoires pour leur développement touristique, pour diffuser les bonnes pratiques, élaborer des méthodes de travail.

Qu'est-ce que le développement durable du tourisme ?

« Le développement durable du tourisme ne peut se réduire à une incantation ! Il existe des équipements, des événements, qui provoquent une croissance des territoires de bonne ou de mauvaise qualité. Ce qui nous intéresse donc, ODIT France, c'est le détail, ce qui se passe sur le micro-territoire. C'est à cette échelle que l'on peut mesurer que le tourisme peut préserver les équilibres. »

Que proposez vous aux territoires touristiques ?

« Nous avons vocation à mettre à disposition tous les outils méthodologiques et de formation dont ils peuvent avoir besoin, à diffuser les bonnes pratiques. Il n'y a pas de recette pour réussir un développement durable. Chaque territoire a des acteurs différents et tous doivent être partie prenante de la démarche. Nous avons mené une expérimentation sur 7 territoires qui a abouti à la production d'une méthode d'ingénierie pour le tourisme durable. Nous avons édité des guides de savoir-faire à partir de ce travail *. Nous pouvons donc proposer des journées techniques adaptées à chaque territoire, en prenant à notre charge une partie du financement. »

Que représentent pour vous les Parcs naturels régionaux ?

« C'est un fantastique terrain d'expérimentation pour réussir un développement durable du tourisme. Et si ça ne réussit pas dans les Parcs, ça ne peut réussir nulle part ! J'espère bien que nous réussirons à capitaliser leur expérience dans un centre de ressources, pour que tous puissent profiter de leur travail. »

* cf. nos références bibliographiques

Développer une nouvelle cohérence territoriale

Les Parcs du Verdon et du Pilat sont des territoires de moyenne montagne à vieille tradition de tourisme "vert". Dans le Verdon, le tourisme constitue l'activité économique principale mais génère d'importants déséquilibres tant dans l'espace (entre les sites renommés, d'une part, et des patrimoines restés confidentiels, d'autre part) que dans le temps (entre le raz-de-marée estival et le manque de visiteurs le reste de l'année). Le Parc a formalisé et structuré son intervention dans le cadre d'un Schéma de Développement du Tourisme Durable dont les objectifs et les actions s'inscrivent dans une optique « hors circuit, hors saison ».

Cinq chargés de mission se partagent la tâche. L'un se consacre à une "Opération grand site" dans les Gorges du Verdon afin de mieux gérer la fréquentation. Le Parc y expérimente par exemple une journée sans voiture, avec transports

IPAMAC : le réseau des Parcs du Massif Central se mobilise sur le tourisme durable

Pour le réseau des Parcs naturels du Massif central - IPAMAC - *, la Charte européenne du tourisme durable est apparue comme l'élément fédérateur. Grâce à l'expérience de terrain des Parcs, et assisté du Cabinet MAHOC, le réseau a mis au point une méthodologie d'accompagnement des entreprises touristiques qui consiste en la mise en place au sein de l'entreprise d'une démarche de progression continue, s'intégrant dans la stratégie de territoire exprimée dans le volet 1 de la charte européenne, suivant les trois axes du développement durable : améliorer les impacts de l'entreprise sur son environnement, consolider ses résultats économiques, mieux intégrer les dimensions sociales.

En continuité, le réseau s'est engagé dans un programme leader + « *Le Massif central : naturellement touristique : structuration, qualification et mise en marché d'une offre touristique* ». Il ressort de ces travaux un positionnement commun autour de 4 principes : la rencontre et l'échange, la responsabilité citoyenne, l'innovation et la modernité, le plaisir actif et contemplatif. Sur ces principes, les Parcs du Massif central développent une nouvelle production "d'itinérances" thématiques (l'eau dans le Pilat, la brebis dans les Grands Causses, la géologie dans le Parc national des Cévennes, etc...) qui sera mis en scène à l'horizon 2007 sur Internet.



(*) Les Parcs naturels régionaux du Pilat, des Monts d'Ardèche, des Grands Causses, des Causses du Quercy, du Haut-Languedoc, de Millevaliches en Limousin, des Volcans d'Auvergne, Livradois-Forez, du Morvan et le Parc national des Cévennes composent ce réseau.

Contact : IPAMAC - Inter-Parcs Massif Central
71 Boulevard de l'Ayrolle - BP 126
12101 Millau Cedex
Tél : 05 65 61 35 50 - Fax : 05 65 61 34 80
Email : inter-parcs-massif-central@wanadoo

en commun de substitution, qui connaît un succès encourageant. Une chargée de mission travaille sur le Lac de Sainte-Croix, le plus fréquenté des lacs, pour une limitation de l'impact de la fréquentation sur le milieu en aidant les communes dans l'organisation et les aménagements d'accueil. Une troisième s'attache à traiter les conflits d'usages et à réduire l'impact sur l'environnement des activités de pleine nature. Un quatrième anime l'équipe des 15 écogardes saisonniers qui patrouillent à pied ou à cheval pour sensibiliser les touristes aux gestes qui sauvent la nature et les inciter à évoluer dans leurs pratiques. La cinquième enfin, valorise l'offre touristique à travers la promotion des patrimoines naturels et culturels, et des activités praticables à l'année telles que la randonnée ; la marque "Parc" est l'outil de référence pour mettre en place ces actions.

Les exigences de la Charte européenne du tourisme durable ont été intégrées à la charte du Parc du Pilat quand elle fut renouvelée en 2001. Il s'est donc engagé sur plusieurs champs d'actions différents mais complémentaires. La particularité du territoire est d'être péri-urbain, au centre d'un cercle formé par les agglomérations de Saint-Etienne, Lyon et le très urbanisé couloir rhodanien jusqu'à Valence. Le premier chantier consiste à aménager des parcours de découverte, des itinéraires d'interprétation. 23 entreprises touristiques du territoire, des hôtels, des restaurants, des organisateurs d'activités de pleine nature, se sont engagés en faveur du tourisme durable. En 2005, le Parc a accompagné 14 d'entre elles pour un diagnostic économique, social et environnemental de leur activité. Et avec les autres Parcs du Massif Central regroupés dans IPAMAC (cf. notre encadré), il a aussi décidé de mettre en marché une offre collective de séjours touristiques conçus selon les principes du tourisme durable. Il a, pour sa part, créé une "Route de l'eau". À partir d'un référentiel, toutes les entreprises du territoire pouvant participer à ce thème ont été sélectionnées. La promotion des circuits sera visible sur le site web du Parc début 2007.

Tous les acteurs sont concernés

Il n'y a pas de développement touristique durable sans participation active de tous les acteurs, partenaires potentiels, privés ou associatifs. Mais certains Parcs vont plus loin que d'autres dans le domaine. Un peu comme le Parc du Pilat avec sa "Route de l'eau", celui de la Narbonnaise a créé "Nature et découverte", un réseau d'hébergeurs et d'animateurs de circuits de découverte, auxquels il a fourni une mallette pédagogique sur le patrimoine historique et naturel de la région avec une paire de jumelles et divers documents. Avec les campings



C'est sans doute le Livradois-Forez qui est allé le plus loin dans le partenariat avec les acteurs de terrain.

volontaires, le Parc a aussi créé un Groupement des hôteliers de plein air de l'Aude, qui acceptent de sensibiliser leur clientèle à des comportements citoyens. Il a fédéré des associations intervenant dans les écoles de son territoire, dans une "Ecole du Parc". 25 structures employant 25 animateurs associatifs, assurent ainsi toute l'année et plus encore l'été, des ateliers et des sorties accompagnées, botaniques, par exemple. L'équipe du Parc leur fournit une promotion commune, édite un calendrier par saison, coordonne leurs actions, pour provoquer et accompagner leur développement.

Le Parc Loire-Anjou-Touraine, a quant à lui créé un réseau des "ambassadeurs du Parc". A sa création en 1996, les salariés du Parc étaient peu nombreux et ne suffisaient pas à la tâche. Ils ont donc décidé de s'appuyer sur les associations existantes et de fil en aiguille, de les responsabiliser en formations volontaires. Les "ambassadeurs" sont devenus de véritables agents bénévoles d'évaluation des produits du Parc. Ils sont hébergeurs eux-mêmes, techniciens ou élus communaux, membres d'un office de tourisme, secrétaires de mairie, et ils fréquentent les sentiers d'interprétation, les sorties accompagnées, les circuits patrimoine, les gîtes, pour en évaluer la qualité.

Dans le Perche ou le Nord-Pas de Calais c'est la découverte de sa propre identité qui est prétexte à tourisme dans le territoire.



Ph. PNR Perche.

Ni chargés de projet, ni juges, ils relèvent les difficultés pour aider les opérateurs à améliorer leur produit. Pour qu'ils puissent communiquer plus facilement et transmettre leurs évaluations, le Parc est en train de mettre en place un site Intranet qui leur sera réservé, et qui sera opérationnel en 2007.

Cependant, c'est sans doute le Parc Livradois-Forez qui est allé le plus loin dans le partenariat avec les acteurs de terrain. Ses responsables ont décidé de mettre l'accent, en matière touristique, sur la "gouvernance territoriale", qui va au-delà du partenariat, de la concertation, ou de la consultation habituelle. Les attentes étaient fortes, que ce soit de la part des prestataires touristiques, des institutions, des habitants et des élus pour que le développement du tourisme soit maîtrisé et géré localement, qu'il soit davantage concerté entre les différents acteurs.

Tous ceux qui participent à la réflexion et à l'action du Parc ont donc adhéré à l'Association Auvergne Livradois-Forez Tourisme, où ils ont un pouvoir décisionnel. Il s'agit de démocratie participative, et même délibérative. Sont adhérents 12 communautés de communes du territoire, 13 offices de tourisme et 4 réseaux de professionnels. Tous cotisent, ce qui a permis à l'association d'embaucher deux permanents. Les aides complémentaires du Parc, du Département et de la Région assurent la réalisation du programme touristique du Parc (salons, relations presse, site Internet), l'observation du tourisme, l'amélioration de la production (création d'une "Route des ateliers vivants") et le lancement des actions de commercialisation (partenariat avec les agences de voyage locales, dont l'agence en cours de création, Un autre séjour.com, qui sera spécialisée sur les Parcs naturels). « Je ne pense pas, dit Michel Bravard, président de la communauté de commune de la vallée de l'Ance et vice-président du Parc chargé de la commission tourisme, qu'aucun Parc ne soit jamais allé aussi loin dans ce domaine. L'association ne date que d'un an ; il y a donc encore des efforts à faire, mais les OTSI sont engagés à 100 % dans la démarche, et je ne désespère pas de les voir un jour s'unifier et fusionner en mettant en commun leurs 35 salariés. » A ne pas douter, cette nouvelle organisation devrait être un gage d'efficacité des dépenses engagées et de la qualité du service offert aux clients.

Révéler une identité pour des touristes d'un type nouveau

Une troisième catégorie de territoires, plutôt situés dans la moitié nord de la France, n'ont jamais vécu le tourisme comme une évidence. C'est la découverte de leur propre identité qui est prétexte à une activité touristique. Et, du coup, ils donnent aussi l'impression de choisir leurs visiteurs, d'accepter plus volontiers des touristes citoyens, militants, responsables de l'environnement dans lequel ils passent leurs vacances, des clients du tourisme "équitable de l'intérieur", qui savent que leur séjour sert au développement local.

Le Parc du Perche a construit son développement sur une identité retrouvée quand elle risquait de se perdre. Le nom du territoire est celui d'un animal, cheval de trait, dont la réputation s'étend jusqu'aux Etats-Unis et au Japon. C'est donc un élément d'attractivité, une réalité économique chez les éleveurs, qu'il faut soutenir et c'est le prétexte rêvé au développement d'une offre touristique. Il s'agit donc pour le Parc de soutenir une filière, de proposer une offre touristique identitaire, de bâtir autour

Accueil des personnes handicapées : avec tout le respect qui leur est dû



Ph. PNR Caps et Marais d'Opale.

L'accueil des touristes en situation de handicap est évidemment un aspect important du volet social du tourisme durable, et de nombreux Parcs font des efforts particuliers en ce domaine. Le Parc des Caps et Marais d'Opale a mis en place sur certains de ses sites emblématiques des sentiers de découverte pour les handicapés moteurs ou mal voyants. Après un long travail de recensement,

le Parc du Haut-Jura a édité un guide des hébergements, restaurants et sites qui leurs sont accessibles. Le Parc du Vercors a engagé un projet global de mise en accessibilité du territoire, en listant les différentes démarches engagées et en les suivant pour leur mise en cohérence. Celui du Morvan, a organisé fin septembre la troisième édition du "Raid handi valide DREAM". 20 équipes de 5 à 6 personnes valides et handicapées, pratiquent toutes les activités de pleine nature possibles sur le territoire. Le Parc a également aménagé un rocher d'escalade pour non voyants, après plus d'une année de recherches et de tests, avec un système sonore de signalement des prises de main ou de pied. A terme, il a pour objectif de rendre accessible à tous son territoire et a créé avec différents partenaires, Morvan pour tous, un projet d'implantations d'équipements structurants d'activités de pleine nature, d'organisation d'événements rassemblant personnes valides et handicapées, d'accueil touristique dédié, d'accompagnement d'entreprises innovantes dans ce domaine.



Ph. PNR Morvan.

Un "raid handivalide" dans le Morvan.

du thème "percheron" un certain nombre de prestations d'accueil, de visites d'élevages, de balades attelées, de valorisation des lieux d'histoire autour du cheval percheron et de développer l'attelage de loisirs en forêt. C'est ainsi que ce tourisme-là, parce qu'il diversifie les activités sur le territoire et surtout celle des professionnels de la filière, parce qu'il aide à maintenir un patrimoine vivant, parce qu'il permet une découverte originale et privilégiée du domaine forestier, procède d'un tourisme authentiquement durable.

Plus étonnant, la population du Parc Scarpe-Escaut a fini par s'habituer à l'idée que les terrils sont maintenant des éléments d'un paysage qui parle de l'identité de la région, et qu'on peut s'en servir pour développer un tourisme culturel. "Une autre idée du minier en Scarpe-Escaut" : ainsi se nomme le carnet de découverte qui présente aux visiteurs la richesse humaine, architecturale, floristique et faunistique des terrils. Et ce sont d'anciens mineurs qui guident les visiteurs dans la découverte de leurs anciens lieux de travail.

Le Parc du Vexin français, au nord-ouest de l'Île-de-France, vit quant à lui le paradoxe d'être devenu touristiquement exploitable, parce que cette région rurale, par la création du Parc en 1995, a su résister à l'urbanisation galopante, s'imposer des règles architecturales et paysagères strictes, qui en fait un lieu d'exception aux portes de l'agglomération la plus



Ph. PNR Scarpe-Escaut.

La charte européenne du tourisme durable

Une stratégie touristique au service des territoires

La « Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés » a été élaborée par la Fédération des Parcs naturels régionaux de France, à la demande de la Fédération Europarc, le réseau européen des espaces protégés. L'objectif est la mise en place d'une méthode permettant l'application du concept du tourisme durable dans les espaces protégés. Cet outil permet la co-construction d'un projet de territoire mettant en pratique un tourisme de qualité qui réponde à la fois aux impératifs de protection et de développement des territoires et aux attentes des visiteurs. Basé sur 12 principes fondamentaux, chaque signataire de la charte s'engage, après un diagnostic, dans un programme d'action sur 5 ans, à animer une stratégie de développement touristique durable sur et en fonction de son territoire, en y associant les différents acteurs : habitants, élus, associations et professionnels. Depuis 2001, la conformité avec les principes et leur évaluation de la charte sont effectuées et validées par la Fédération Europarc.

La Charte est structurée en 3 volets pour engager les différents acteurs dans une démarche de progrès. La première étape de chaque territoire est le volet 1, appliquée aux espaces protégés permettant la définition de sa stratégie territoriale. Le volet 2 cible les prestataires touristiques afin d'aider ceux-ci à mettre en place une stratégie individuelle pour chaque structure engagée dans la Charte. L'application de la Charte aux activités des tour-opérateurs est envisagée avec le volet 3.

Depuis la première signature de la Charte en 2001, 35 espaces protégés en Europe ont adhéré à la Charte. Aujourd'hui, les territoires français sont les plus nombreux avec 12 territoires adhérents dont 9 Parcs naturels régionaux : Lubéron, Vexin français, Marais du Cotentin et du Bessin, Vercors, Pilat, Scarpe Escaut, Boucles de la Seine Normande, Livradois-Forez, Avesnois.

La Charte européenne du tourisme durable est téléchargeable sur www.parc-naturels-regionaux.fr

Luc Deschamps, du cabinet MaHoc :

«L'engagement des Parcs dans le tourisme durable est décisif»

Le cabinet MaHoc a 15 ans d'expérience dans l'assistance des porteurs de projets publics dans le domaine du tourisme. Il a travaillé avec IPAMAC sur la définition du volet 2 de la Charte européenne du Tourisme durable, avec les Parcs des Caps et Marais d'Opale, Livradois-Forez, Pilat, entre autres.

Quelle est votre vision du tourisme durable ?

« Le tourisme durable est un concept à appliquer à toute forme de tourisme, dont l'écotourisme. Il existe aujourd'hui une population qui cherche des alternatives au bronzage sur la plage, un tourisme au vert, porteur de sens, itinérant et déambulatoire, sur des thèmes liés aux éléments identitaires des territoires. Il ne s'agit pas alors pour les opérateurs de répondre à la demande exprimée dans les études marketing, mais de bâtir des propositions qui vont répondre à une demande implicite sur des thèmes comme la science et la nature, l'eau, la châtaigne, que sais-je... C'est un tourisme plus exigeant, qui ne touche pas la masse des vacanciers, mais qui l'interpelle et qui permet de faire petit à petit évoluer ses comportements. C'est donc un tourisme de l'offre, qui propose au vacancier de participer au développement du territoire. »

Quel rôle des Parcs dans ce développement d'un nouveau tourisme ?

« Ils présentent évidemment une plus-value importante sur le plan environnemental. Ils sont acteurs de la mise en cohérence des outils et des stratégies publiques et privées. C'est décisif. »



Ph. PNR Vexin Français.

Sur les dépliants du Vexin, les visages des acteurs réels du territoire.

visitée au monde. Manquaient des produits touristiques durables pour détourner une partie du flux parisien vers le Val d'Oise. Depuis 2005, tous les dimanches, de fin avril à fin septembre, un train spécial direct de Paris-Gare du Nord, amène les touristes à la gare d'Auvers-sur-Oise le matin et les ramène le soir. 800 billets ont été vendus la première année, plus de 1500 en 2006. Des étudiants en tourisme accueillent les voyageurs en gare d'Auvers. Ils en profitent pour distribuer des dépliants permettant de découvrir les lieux que les impressionnistes ont fréquentés au XIX^e siècle. Le Parc a également emprunté à l'autre Parc francilien de la Haute-Vallée-de-Chevreuse l'idée d'un *Balado'bus* qui propose une visite du territoire sans voiture jusqu'aux confins de la Haute-Normandie, en passant par la Maison du Parc, un musée archéologique, un parc de loisirs...

Manquaient des lits touristiques. Le Parc a incité les acteurs locaux à créer des gîtes et des chambres d'hôtes. Il propose désormais de l'aide aux collectivités pour «un développement touristique vert et culturel maîtrisé», et vient de mettre en oeuvre une stratégie de communication touristique sur le thème «si proche (sous-entendu de Paris), si différent (de la ville)» avec des visages sur les documents qui sont ceux des acteurs du territoire, les restaurateurs, les agriculteurs ayant ouvert des chambres d'hôtes, etc. On en parle dans tout le Vexin français et c'est ainsi que le Parc cultive un sentiment d'appartenance, une identité locale qui ne serait pas apparu sans lui.

Pour sa part, là-bas dans les Hautes-Alpes, le Parc du Queyras, enfin, a toujours cultivé sa différence d'une montagne naturelle, sans beaucoup de remontées mécaniques ni barres d'immeubles pour empiler les amateurs de ski. Il n'hésite pas à demander aux touristes de choisir un tourisme durable, sans règlement autoritaire. Sur la page d'accueil du site du Parc qui permet de réserver ses séjours, il est précisément écrit ceci : «Afin de vous proposer des établissements correspondant au mieux à vos attentes, merci de sélectionner votre type de profil : je suis un vacancier «classique» sans préoccupation éthique ou environnementale particulière, je clique ici ; je suis un vacancier «citoyen» préoccupé par l'éthique et l'environnement, je clique ici». On peut dire que le Queyras sélectionne ses visiteurs, avec une habileté commerciale d'un genre nouveau. N'est-ce pas une des définitions qui peut être donnée du tourisme durable ?



Pour compléter utilement votre information sur le sujet :

Trois ouvrages disponibles sur www.odit-france.fr, en version papier ou électronique.

● Guide de savoir-faire n° 8.

Le tourisme durable par l'expérience. Le terrain commande.

● Guide de savoir-faire n° 5.

Réussir son projet touristique avec un financement solidaire de proximité.

● Mini-Guide n° 9.

L'évaluation de la durabilité des pratiques touristiques

Autres ouvrages :

● Le tourisme, outil de revitalisation des territoires ruraux et de développement durable?

Rapport de la section «Politiques territoriales touristiques», présidée par Marie-Françoise Pérol-Dumont; La documentation française, Paris 2005, 284 pages, 40 €

● Le tourisme autrement.

Alternatives Economiques, hors série pratique N°18, mars 2005, 9 €

● Le tourisme rural: concevoir, créer, gérer.

François Moinet, Editions France Agricole, Paris 2006. 462 pages, 42 €

Votre interlocuteur sur ce sujet à la Fédération des Parcs :
Olaf Holm,
chargé de mission Tourisme
Tél : 01 44 90 86 20
Mail : oholm@parcs-naturels-regionaux.tm.fr



Ph. Agence traverse.