

Atelier régional - Marseille, 23-24 mai 2016
TOURISME ET DÉVELOPPEMENT DURABLE :
Quelle contribution du tourisme à un développement durable
et inclusif au Sud et à l'Est de la Méditerranée ?

Regional workshop - Marseille, 23-24 May 2016
TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT:
How can tourism contribute to sustainable and
inclusive development in Southern and Eastern
Mediterranean countries?



Rapport de l'atelier

Comment déployer des modèles touristiques porteurs de développement ?

La volonté des organisateurs, détaillée dans la [Note de concept](#) de l'atelier, était d'identifier des moyens d'action concrets pour mieux connecter le secteur touristique aux leviers de développement durable, afin que les pays et les territoires puissent réellement profiter d'une industrie qui peut, lorsqu'elle est bien pilotée, démultiplier les impacts positifs sur l'économie et l'emploi, et soutenir la préservation des aires protégées et du patrimoine local. Sous un autre angle, il est également nécessaire de mieux calibrer les activités touristiques pour que celles-ci ne constituent pas, via la surconsommation des ressources et des espaces qu'elles peuvent entraîner, des atteintes irréversibles aux atouts environnementaux (biodiversité, paysages) et culturels (patrimoine et traditions locales) qui représentent le capital sur lequel repose l'attrait touristique d'une destination. Le besoin de régulation se situe enfin d'un point de vue social, particulièrement dans les pays en développement, pour assainir la relation entre touristes et « locaux » et prévenir les risques de tensions : éviction des populations locales par augmentation du prix du foncier, du logement et des services, chocs culturels, sentiment de perte d'authenticité, voire phénomènes de mendicité, délinquance, prostitution, etc.

Ces considérations sont à mettre en perspective avec le poids du tourisme dans les pays méditerranéens : plus de 160 milliards d'euros de dépenses¹, plus de 300 millions de personnes transportées (ce qui pose la question de l'impact du secteur sur le changement climatique). Il y a un intérêt certain à se saisir des enjeux du tourisme dans leur globalité et à mobiliser pour cela l'ensemble des instruments juridiques, financiers et politiques disponibles afin de construire des modèles touristiques durables qui puissent aligner les exigences de rentabilité des opérateurs avec les opportunités et les contraintes des territoires en matière sociale, économique et environnementale. Pour co-construire cette ingénierie du développement, les capacités d'investissement et les compétences de l'Agence Française de Développement (AFD) et les modalités de gouvernance environnementale adoptées dans le cadre Plan d'Action pour la Méditerranée (PNUE/PAM-Convention de Barcelone) – dont le Plan Bleu est centre d'activités régionales – sont complémentaires, en partenariat avec l'ensemble des parties prenantes qui souhaitent s'impliquer à l'avenir dans la définition et la mise en œuvre de solutions innovantes.

¹ Compendium 2014, Organisation Mondiale du Tourisme

Résultats attendus de l'atelier

L'atelier a été un temps d'écoute, de réflexion, de recommandations et d'intelligence collective des acteurs du tourisme (opérateurs, pouvoirs publics, gestionnaires d'aires protégées, ONG de développement, bailleurs de fonds, scientifiques et consultants, etc...) afin de mieux situer les contraintes que comporte le tourisme mais également les potentialités qu'il offre en terme de développement durable. Ce dialogue a vocation à se poursuivre selon les initiatives et les opportunités de partenariats et de collaboration portées par les participants et leurs institutions respectives.

Les recommandations de l'atelier permettront la réalisation :

- i) d'un document d'orientation à l'usage des équipes opérationnelles de l'AFD en vue de faciliter l'identification des opportunités de projets touchant au secteur touristique et d'accompagner leur élaboration, de diversifier les types d'interventions, les partenaires et les instruments financiers, d'interagir avec les politiques sectorielles et d'améliorer la capacité de réponse globale de l'Agence ;
- ii) d'une future Stratégie méditerranéenne pour le tourisme durable, déclinaison sectorielle de la Stratégie méditerranéenne pour le développement durable (SMDD 2016-2025) portée par le Plan d'Action pour la Méditerranée.

Participation et programme de l'atelier

L'atelier a réuni à la Villa Valmer, Marseille, France, soixante-et-un participants, en provenance de neuf pays, avec des profils divers : voir [Liste des participants](#). Il a été organisé en trois temps : tout d'abord une présentation d'ensemble qui a posé le cadre et indiqué les enjeux, puis un panel où différents acteurs de l'activité touristique ont développé leur vision et exprimé leurs attentes réciproques, et des groupes de travail thématiques qui ont ensuite approfondi la réflexion en examinant les contraintes à une contribution du tourisme au développement durable des pays et des territoires et formulé des recommandations concrètes - voir [Programme de l'atelier](#).

Déroulement et contenus de l'atelier

Présentation introductive et discussion

L'intervention de **Pierre Torrente**, directeur adjoint de l'ISTHIA (Institut Supérieur du Tourisme, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation, Université Toulouse Jean Jaurès) sur l'état des lieux et les perspectives de la transition touristique en Méditerranée (voir [Présentation](#)) a donné des clés de lecture et proposé de nouveaux questionnement sur la relation entre le tourisme et le développement territorial.

Le tourisme en Méditerranée est disproportionné, de par son poids (313 millions de touristes internationaux, ce qui en fait la première destination mondiale), et de par sa répartition, la France, l'Espagne et l'Italie captant les trois quart des flux, alors que les rives africaines et asiatiques ont une représentation encore marginale. Le tourisme balnéaire (de plage), capte une part importante de ces

flux, grâce à la diffusion d'un modèle classique qui s'est fortement développé (par exemple, une station tous les 22 kilomètres en France). Les arrière-pays, ainsi dénommés car en retrait des littoraux, restent préservés de la grande affluence et retiennent moins l'attention des touristes, tout comme nombre d'éléments du patrimoine méditerranéen qui sont peu valorisés. **Comment mieux articuler le littoral et les arrière-pays et concevoir la continuité territoriale ? Comment faire converger les approches-produits vers des offres socialement et environnementalement plus justes, l'approche-filière vers une organisation plus inclusive et circulaire, et les approches-territoires vers une meilleure structuration de leur écosystème touristique ? Comment mieux valoriser les patrimoines territoriaux ?**

L'augmentation du nombre de touristes internationaux (500 millions prévus à l'horizon 2050) implique un questionnement de fond sur les ressources à mobiliser et les limites à poser. Cela concerne les ressources en eau et énergie, mais également la ressource foncière, les services environnementaux, ainsi que les ressources financières pour construire et gérer des équipements de réseaux et d'accueil. **Comment rétribuer l'utilisation des ressources en eau par des touristes qui n'ont pas les mêmes habitudes de consommation que les résidents ? Comment assurer le paiement des services environnementaux fournis par des espaces naturels qui nécessitent un travail de valorisation, d'entretien et de préservation ? Comment accompagner le cycle de vie des équipements touristiques, quelles options de réversibilité, d'usage complémentaire, de reconversion ?**

Le tourisme est un phénomène social, répondant à des normes et marqueurs qui évoluent dans le temps, qui se construisent à partir des *desiderata* des « élites » et sont consolidés ensuite par l'ensemble de la société, la « masse ». Le schéma de ces dernières décennies a consacré un tourisme balnéaire, avec des consommateurs de moins en moins fidèles aux destinations, qui se déplacent sur de longues distances pour des séjours courts et avec une logique de « trophées » (on collectionne les destinations, avec comme marqueur le bronzage notamment). Etant donné l'attrait des élites actuelles pour la valeur exclusive de nouveaux produits, de nouveaux lieux et de nouvelles expériences qui se situent sur des segments différents de l'hédonisme balnéaire (circuits culinaires, randonnées itinérantes, séjours de santé, événements culturels, tourisme de shopping...), on peut supposer que le marqueur social de référence va se déplacer progressivement vers les régions intérieures des pays méditerranéens. L'enjeu est alors de maîtriser les flux pour que les villes et les territoires préservent leur caractère et leur capacité de charge, en trouvant la bonne mesure entre le besoin de promouvoir la destination et la gestion de la fréquentation; que les opérateurs puissent quant à eux trouver leur compte entre les fortes plus-values réalisées à partir des produits de haut de gamme et les revenus perçus sur les produits de base où les marges sont moins élevées mais les volumes beaucoup plus importants ; et que chaque touriste soit libre d'accéder, même de manière exceptionnelle, à des expériences uniques. **Comment éduquer au tourisme durable pour influencer les pratiques de voyage et limiter la surconsommation ? Comment lier les envies et obligations touristiques (découverte, ressourcement, dépaysement, respect de la nature et des habitants) ? Comment développer des offres faisant cohabiter touristes aisés et moins aisés ? Comment aider les structures réceptives à se professionnaliser et à se situer sur une démarche qui réponde aux attentes des consommateurs ?**

Le tourisme a souvent été considéré comme une solution-clé pour développer un territoire, particulièrement dans les pays en développement qui ne disposent pas ou peu d'industries. Mais il apparaît contre-productif de s'en remettre exclusivement au tourisme et de créer par la même une dépendance du territoire à cette activité. Le tourisme n'exprime son plein potentiel en termes de développement durable que lorsqu'il arrive sur un territoire stable et qui répond aux besoins de base

de sa population. **Comment accompagner le tourisme dans les territoires les moins avancés ? Comment limiter la mono-activité touristique dans une région ? Comment contrôler et avec quels indicateurs mesurer la participation du tourisme au développement durable d'une destination ?**

Panel des acteurs du tourisme

Les panélistes, représentant chacun une catégorie d'acteurs spécifique et importante pour le développement du tourisme (autorité publique, opérateur privé de grande taille, agence réceptive locale, universitaire), ont pu partager leur propre vision de l'activité touristique comme facteur de développement, en se basant sur des exemples de succès enregistrés et de difficultés rencontrées dans leurs activités respectives, et faire part de leurs attentes les uns vis-à-vis des autres pour faire progresser le secteur dans son ensemble.

Nada Roudiès, Secrétaire générale du ministère du Tourisme du Maroc, est revenue sur l'adhésion du Maroc au principe fondateur de durabilité pour le tourisme, qui fait partie intégrante du contrat-programme du développement touristique mis en place dans le pays et impliquant onze ministères. Ce cadre interministériel permet de donner des orientations claires, en travaillant sur la déconcentration des pôles à trop forte pression touristique et sur l'implication des populations hôtes au travers notamment de la formation et du renforcement de capacités dans les métiers HRT (Hôtellerie-Restauration-Tourisme). Le rôle des pouvoirs publics pour définir les besoins et mettre en place des outils de mesure, et celui des cofinanceurs privés pour s'approprier les critères de durabilité est primordial. Plusieurs autres enjeux restent à traiter, en particulier les modalités à mettre en œuvre pour promouvoir la « consommation verte » auprès des touristes, une combinaison plus efficace des principes de RSE et de rentabilité, notamment dans les parcs, et le ralliement du secteur touristique national et international aux principes du développement durable (la mise en place de prix, et l'assistance financière pour une remise à niveau des PME sont des pratiques ayant fait leurs preuves).

Agnès Weil, directrice du développement durable au Club Méditerranée, a mis en avant les efforts du groupe pour développer des circuits courts d'approvisionnement avec des sous-traitants locaux, ce qui s'est traduit par des partenariats avec des ONG et coopératives d'agriculteurs. Cette stratégie d'achats locaux peut rencontrer deux types de difficultés, sur lesquels on peut agir : le respect des critères de « Quantité, Qualité, Régularité » des produits, qui parfois ne répondent pas aux normes, et la dépendance des producteurs envers les opérateurs du tourisme. D'autres succès enregistrés concernent la valorisation des ressources humaines locales par promotion interne au sein des villages, les certifications (type *Green Globe*, qui concernent 75% des villages, mais sont peu utilisées comme élément de communication vis-à-vis de l'extérieur), ou encore le rôle du tourisme comme « redémarrateur » des économies locales après les catastrophes naturelles (le premier village en dur de la compagnie a été construit à Agadir quelques années après le tremblement de terre qui s'y est déroulé). Pour appuyer la mise en œuvre de leur politique de développement durable, il est nécessaire que les opérateurs bénéficient d'outils de mesure de la capacité de charge (évaluation environnementale + acceptabilité sociale) d'un territoire et disposent d'un cadre normatif structuré, pérenne, bien piloté, avec des incitations visibles. D'une manière générale, il est plus utile de valoriser et récompenser les actions positives des opérateurs plutôt que de stigmatiser leurs manques, bien qu'ils aient une responsabilité face à leurs externalités négatives - d'où l'attention qui doit y être portée lorsqu'on décide d'ouvrir une nouvelle station, celle-ci générant une demande rapidement croissante de la part des touristes selon la logique du « pot de miel » (*honeypot*).

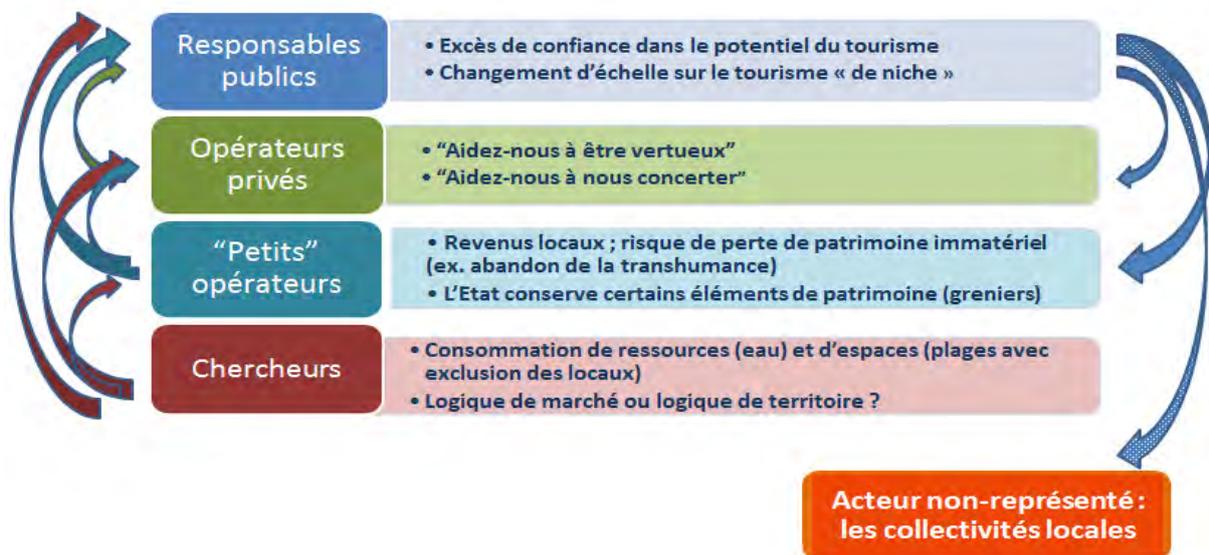
Lahcen Agoujl, directeur de l'agence de voyages Terres Nomades, active principalement dans les zones rurales marocaines de montagne et de désert, souligne la diversité des actions que peut réaliser un opérateur de tourisme alternatif pour développer son environnement immédiat et dans le même temps faire monter en gamme son activité : l'appui à la scolarisation et à la formation des guides de montagne et des gestionnaires de maison d'hôtes permet à son agence de bénéficier de ressources humaines compétentes ; la coopération artisanale (tissage), les activités de reboisement et d'amélioration des systèmes d'adduction d'eau lui permettent d'améliorer les services aux populations et de générer des revenus, et de consolider en même temps les filières d'activité touristique ; le centre d'accouchement (*Maison de la maman*) et la mise à disposition d'ambulances sont des exemples de réintroduction des bénéfices tirés du tourisme durable pour le développement territorial. Sur le plan des capacités de charge et d'accueil des territoires, les agences doivent prendre le pari de calibrer la taille des groupes de touristes et le nombre de séjours sur l'année, afin de faciliter l'usage des chambres d'hôtes, de jouer sur un registre d' « expérience unique », et de maintenir les atouts naturels et humains qui fondent leur réussite. Pour contribuer à atteindre ces objectifs de préservation du patrimoine et de maintien des activités artisanales et agricoles qui sortent du champ strictement touristique, l'Etat peut prendre en charge des infrastructures de réseau ou des actifs remarquables d'intérêt touristique (les greniers collectifs par exemple, dans la vallée d'Anergui) dans une recherche de création/maintien d'emplois plutôt que de subsides sociaux. La pluriactivité des territoires renforce leur résilience aux crises sécuritaires et économiques, tout en améliorant les opportunités pour les jeunes de rester s'ils le souhaitent dans leur région natale.

Samia Khelifa, maître de conférence à l'Université de Sousse, Tunisie, souligne le manque de transversalité des formations touchant à l'activité touristique, alors qu'il y a un besoin de compétences pour englober l'ensemble des enjeux du secteur HRT et les positionner sur un écosystème territorial spécifique. Les solutions d'enseignement à distance (*e-learning*) « classique » et sous format MOOC sont des outils efficaces pour limiter ce cloisonnement institutionnel et disciplinaire et former du capital humain dans les régions qui ne disposent pas de centres de formation et établissements d'enseignement supérieur adaptés. Il est également important d'avoir une approche systémique et pas seulement sectorielle du tourisme au niveau des destinations, afin de conforter un environnement d'accueil stable, avec des atouts naturels gérés de manière durable (alors qu'ils sont parfois mis à mal par le système de consommation/production des unités hôtelières : le défaut d'assainissement a mené à la pollution des sources de la « Corbeille de Nefta » dans l'oasis du même nom en Tunisie) et une prise en compte du choix des populations locales (*ce qui est fait par et pour les habitants est aussi bon pour les touristes*), en portant une attention particulière à ce que les atouts naturels ne soient pas « privatisés » au profit des touristes internationaux. La valeur objective du patrimoine touristique n'est pas seulement à considérer sous son aspect environnemental (écosystèmes et paysage), il y a également un aspect social (développement des populations) et économique (multifonctionnalité des entreprises locales) à intégrer.

Discussion : De manière générale, le manque de régulation et de réglementation, notamment celles qui définissent et encadrent les éco-conditionnalités des investissements touristiques, pose problème pour l'ensemble des acteurs, privés comme publics. Le besoin d'organismes pilotes, sous format DMO (*Destination Management Organizations*) qui seraient des interlocuteurs et ensembleurs identifiés et qui auraient en charge l'organisation, la gestion et la promotion des activités touristiques à l'échelon territorial se fait ressentir. A charge de l'Etat de s'assurer de la bonne définition d'objectifs de développement, d'indicateurs et de cadres stratégiques concrets dans lesquels les actions du secteur

privé, des collectivités, des organisations professionnelles, des bailleurs peuvent s'inscrire, ce qui demande aussi un suivi. Pour (ré)concilier tourisme international et développement local, il est essentiel de préserver et valoriser les patrimoines culturel et naturel en ayant à l'esprit la finalité d'un triple usage, celui des touristes internationaux (qui ne forment pas un groupe homogène et compact mais au contraire éclaté et multi-profil), celui des touristes domestiques mais également celui des résidents, le tourisme étant alors un formidable moyen pour les habitants de découvrir leur propre patrimoine. Un point peu traité concerne le rôle des transports dans les émissions de carbone : comment se projeter sur des stratégies bas-carbone alors que le marketing international se tourne logiquement vers les nouveaux grands pays « clients » lointains que sont la Chine, le Brésil ou encore l'Inde, par exemple ?

Le schéma suivant expose les attentes spécifiques exprimées par les différents acteurs du panel, les uns vis-à-vis des autres :



Résultats des groupes de travail

Les cinq groupes de travail thématiques ont traité successivement des freins et contraintes qui limitent la contribution du tourisme au développement durable dans leur domaine respectif, puis ont cherché à définir des recommandations et à élaborer des solutions pour dépasser ces barrières. (Voir [Restitution des résultats - jour 1 \(contraintes\)](#) et [Restitution des résultats - jour 2 \(propositions d'actions\)](#)). Leurs résultats sont résumés ci-après.

GT1 : Transition du tourisme balnéaire

En Méditerranée, le tourisme balnéaire occupe une place prépondérante en termes de parts de marché (nombre de touristes, revenus générés). Il apparaît problématique au regard de ses atteintes à l'environnement et de ses autres externalités négatives mais il représente aussi un élément incontournable de la solution pour orienter le tourisme vers davantage de durabilité. Etant donné la popularité du produit et l'imaginaire collectif qu'il véhicule, son caractère intrinsèquement lié à la saisonnalité, ainsi que sa capacité à développer sur le territoire des circuits horizontaux (animations touristiques, artisanat, restauration, etc.) et verticaux (système de distribution, réseaux énergétiques,

transports), sa transition ou ses recompositions doivent se faire davantage par une évolution de son mode de fonctionnement et de relations que par un changement dans sa nature même. Les marges de manœuvre sont importantes sur les trois phases principales de planification territoriale, de conception, et d'exploitation des installations touristiques, suivies par une quatrième phase éventuelle de reconversion de celles-ci. Les difficultés auxquelles se heurte l'orientation de ce type de tourisme vers davantage de durabilité, et les recommandations et solutions proposées, sont les suivantes :

- **Faible gouvernance à l'échelle des territoires** : Le tourisme balnéaire fait intervenir une multiplicité d'acteurs qui sont insuffisamment coordonnés et qui peuvent être réticents à coopérer. Les agences réceptives et les hôteliers locaux sont, à la fois dépendants des compagnies et des tour-opérateurs internationaux qui drainent et organisent les flux touristiques, et facilement substituables vis-à-vis des destinations concurrentes. Il en résulte un manque de visibilité et de rentabilité, et au totale une précarisation, qui n'incite pas à la mise en œuvre de réglementations environnementale et sociale engageantes et couteuses. Le groupe a souligné le manque de régulation des activités touristiques et le manque de concertation pour réfléchir à une stratégie touristique durable des territoires, dont un des points clés est la gestion du foncier afin d'éviter les phénomènes de spéculation et de pressions immobilières.

Recommandations : La gouvernance doit être renforcée pour les trois phases de développement du tourisme (planification, conception, exploitation), notamment lors de la planification territoriale et de l'affectation du foncier aux zones touristiques : par exemple, intégrer des zones « de respiration » sans usage touristique. Des critères éthiques et de développement durable doivent être exigés dès le financement des projets, à partir de conditions spécifiques dans les cahiers des charges (étude d'impact, label construction HQE...). Les parties prenantes doivent développer leurs activités en se basant sur une législation proactive et contraignante. Une véritable stratégie de développement territorial durable, impliquant plusieurs ministères mais pilotée par un organisme régulateur, doit être à la base de tout nouveau projet : c'est le passage d'une approche produit à une approche territoire. Pour faciliter les démarches des investisseurs et la connaissance donc la mise en œuvre des différentes réglementations qu'ils doivent respecter, ainsi que l'accès aux incitations auxquelles ils peuvent prétendre, les participants ont proposé la création d'un guichet unique à l'échelle des territoires : gestion locale/régionale et non nationale (décentralisation). Les capacités des collectivités territoriales doivent être renforcées afin d'assurer l'intégration territoriale, une meilleure connexion avec l'arrière-pays et la compatibilité « territoires - produits touristiques ».

- **Faible prise en compte du poids du tourisme balnéaire dans les effets du changement climatique** : Le tourisme balnéaire génère un très grand nombre de déplacements par voie aérienne, avec des séjours touristiques de plus en plus courts et fréquents, ce qui augmente considérablement l'empreinte carbone. L'utilisation de vols long-courriers pour faire du tourisme balnéaire est d'autant plus dommageable que c'est un produit indifférencié qui se trouve généralement à portée des lieux d'origine des clients. Cet enjeu constitue un véritable frein au développement durable du tourisme balnéaire. La gestion des déchets et eaux usées générés durant la période estivale est également un véritable défi.

Recommandations : Il est suggéré d'améliorer les connaissances et la qualité de l'information permettant de calculer les empreintes carbone des touristes. Il y également lieu d'initier une réflexion sur des mesures permettant l'allongement des séjours et l'étalement de la saison touristique, en particulier à partir des systèmes de promotion des compagnies aériennes et des tours opérateurs. Le tourisme domestique est aussi un levier important dont le développement pourrait être facilité par une bonne structuration des réseaux de transport national. Il s'agit de faire émerger un véritable segment de clientèle domestique qui ne soit pas qu'un simple compensateur lors des périodes de mauvais résultats du tourisme international. D'autre part, il est urgent

d'anticiper les prévisions d'effets et impacts du changement climatique sur les zones côtières et sur les possibilités de changement des schémas saisonniers d'activité touristique.

- **« Monoculture » du tourisme balnéaire, facteur de risque très élevé pour la santé des territoires côtiers.** Peu de réflexions ont été engagées concernant la réversibilité des modèles opérationnels du tourisme balnéaire et la transition « post-balnéaire ». Le tourisme balnéaire apporte des revenus conséquents mais peut être stoppé net par des événements difficilement prévisibles. La situation politique dans plusieurs pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée génère actuellement des « friches touristiques » qui n'ont pas de projets de reconversion : par exemple, 40% des hôtels en Tunisie sont fermés.

Recommandations : Il y a un intérêt à développer des études de réversibilité en amont des projets selon un cahier des charges défini par les collectivités territoriales, comprenant des options de reconversion plus ou moins proches de la vocation originelle touristique, tenant compte des problèmes de baisse de la valeur des actifs et de gestion des dettes des investisseurs. Il est également nécessaire d'améliorer la réglementation qui prévient et encadre le transfert de « lits chauds » (touristiques) à « lits froids » (résidentiels) dans les zones matures et anciennement développées. Il est suggéré de promouvoir le concept de résidence immobilière de promotion touristique (présence limitée de l'acquéreur-propriétaire durant l'année et location obligée le reste du temps) afin d'augmenter les taux d'occupation.

- **Forte dépendance des destinations au marché international et aux tour-opérateurs.** Il est souligné une évolution négative de la rentabilité des hôteliers balnéaires et une position de « redistribution subie » des revenus qui les limitent dans le contrôle de leur avenir et la conception de leurs produits touristiques. Quelques tour-opérateurs et compagnies hôtelières ont des politiques de développement durable et RSE, d'ambition variable, mais une grande majorité d'entre eux n'en a pas. La concurrence internationale oblige les grands opérateurs à redéfinir continuellement leurs offres et à suivre une politique flexible pour se repositionner rapidement sur de nouvelles destinations et de nouveaux produits, laissant peu de marge aux hôteliers et aux agences réceptives en matière de planification, d'investissement et de rentabilité. La course à la compétitivité-prix des tour-opérateurs et des compagnies hôtelières internationales les obligent à limiter leurs coûts de production, au détriment des acteurs locaux en situation de dépendance.

Recommandations : Les tours opérateurs représentent l'un des plus importants maillons de la chaîne de valeur du tourisme balnéaire ; ils sont en capacité d'influencer tout le reste de la chaîne. Il est donc suggéré de travailler avec eux afin de faire évoluer leurs options de gestion et de distribution pour qu'elles s'inscrivent dans des démarches plus durables pouvant influencer d'autres acteurs de la chaîne. Il faudrait par exemple davantage impliquer les compagnies hôtelières dans les politiques de développement durable des hôtels, en les faisant se porter locataire (plutôt que simple exploitant) des bâtiments par exemple pour qu'elles soient incitées à investir dans la rénovation du bâti et l'efficacité énergétique. Des actions de sensibilisation sont également nécessaires pour l'ensemble de la chaîne de valeur : diffusion de bonnes pratiques.

- **Difficile gestion des impacts de la saisonnalité, intrinsèques au tourisme balnéaire (*difficile d'aller à la plage sans soleil*).** Le tourisme balnéaire génère une activité économique importante sur une courte période, ce qui a pour conséquence de créer des emplois très saisonniers voire précaires.

Recommandations : Il existe un besoin d'accompagnement des autorités publiques dans le développement de mesures pour améliorer les possibilités alternatives d'emploi hors saison dans d'autres secteurs que le tourisme comme la pêche, l'artisanat, l'agriculture ou le bâtiment. L'accès à des formations professionnelles pourrait être facilité. De plus, il est proposé de prendre en compte la question de la saisonnalité des emplois dès les études d'impact.

GT2 : Valorisation des atouts culturels et patrimoniaux urbains

- **Manque de gouvernance au niveau régional** : Le fait qu'il y ait peu de complémentarité mais une concurrence accrue entre les destinations méditerranéennes est notamment dû à l'absence d'une gouvernance du tourisme à l'échelle régionale, portée par un réseau d'institutions publiques ayant en charge la mise en synergie touristique des territoires, appuyée au niveau local par les organisations de la société civile qui doivent avoir plus de poids dans les décisions. Ainsi pourraient mieux émerger des produits culturels accessibles toute l'année, autour d'une renommée méditerranéenne commune et plus influente auprès des tour-opérateurs.

Recommandations : Il serait utile de mettre en place des institutions spécifiquement dédiées à la coordination des politiques et programmes touristiques au niveau national dans le champ culturel et de la conservation du patrimoine, avec une DMO (*Destination Management Organization*) qui aurait les caractéristiques suivantes : partenariat public-privé, ressources tirées de la mise en tourisme des produits culturels devant être orientées sur la conservation et la remise à niveau du patrimoine ; gestion mettant en avant les choix et orientations développés par les acteurs locaux ; système de suivi comprenant des indicateurs de développement durable. La communication sur les produits culturels (matériels et immatériels) doit toucher les touristes tant internationaux que nationaux.

- **Mauvaise appréciation du marché mondial** : L'offre culturelle méditerranéenne est mal commercialisée, souvent supplantée par d'autres produits (balnéaires, shopping, loisirs, etc.) et n'est pas assez attractive. Un certain nombre de destinations de second plan sont souvent bloquées par les quelques très grandes destinations.

Recommandations : Les villes méditerranéennes doivent formuler des offres communes, visibles au niveau international, qui permettent de mieux commercialiser les produits, avec un accent sur l'aspect « expérience culturelle » qu'ils peuvent procurer (marketing territorial).

- **Fragilité du patrimoine culturel due au manque de fonds pour sa restauration/conservation** : Entre la « folklorisation » du patrimoine et sa disparition au profit des projets de modernisation des centres historiques, il est nécessaire de trouver les moyens pour pérenniser les actifs culturels matériels, tout comme les atouts immatériels.

Recommandations : Il est important de définir en amont la capacité de charge des lieux culturels pour en préserver la bonne utilisation. L'affinement des stratégies de marketing doit ensuite permettre de pérenniser financièrement les produits tout en les rendant viables d'un point de vue développement durable et qualité culturelle : prendre en compte les mécanismes de répartition des flux en fonction de l'affluence et des saisons, améliorer le cadre des visites touristiques (information, aménagement des circuits) en profitant de l'ère du numérique (réalité augmentée, visites virtuelles).

- **Commercialisation « tout azimut » des atouts culturels** : La volonté d'attirer le tourisme de masse aboutit souvent à des phénomènes d'expropriation des locaux et de gentrification dans des lieux à haute valeur sociale (médiens, centres historiques) avec l'arrivée de structures faussement culturelles ou de grande consommation (magasins de souvenirs, restauration rapide...). Un sentiment de « phobie touristique » se développe, considérant les touristes comme une menace de ce point de vue.

Recommandations : Il y a un intérêt à mettre en place des normes de développement durable et d'authenticité, comprenant l'utilisation de produits locaux, et des normes de commerce équitable, au travers de la RSE par exemple. Des incitations financières doivent cibler l'appui aux productions locales.

- **Risque sécuritaire et manque de confiance des marchés et des touristes** : Le développement des produits culturels est largement affecté par les situations d'instabilité politique et de conflit. Il en résulte de faibles possibilités de promotion.

Recommandations : Il y a lieu d'initier un travail de sensibilisation et d'éducation à la tolérance culturelle, religieuse, etc., en impliquant résidents, touristes, acteurs de la société civile, autorités pour construire les offres et répondre à l'ensemble des attentes.

- **Faibles capacités de gestion culturelle** : De nombreuses villes n'ont pas les capacités humaines nécessaires pour gérer le patrimoine urbain et le promouvoir. Les lacunes concernent également des compétences techniques sur les missions de restauration des sites culturels.

Recommandations : Il s'agit d'appuyer les réseaux d'échange de connaissances et de renforcement de capacités sur les missions de gestion culturelle et d'entretien des sites. Cela passe aussi par l'amélioration des centres de formations (*mieux former les formateurs*) et le soutien des acteurs culturels sur les moyens de communication multimédia.

GT3 : Mise en tourisme et conservation des espaces naturels

- **Les populations et résidents locaux restent peu impliqués** : Les personnes qui vivent dans les espaces naturels visés par les développeurs touristiques et dépendent de leurs ressources sont rarement consultées avant et pendant le projet de développement, étant même parfois délogées. Elles ne sont pas informées des opportunités économiques possibles.

Recommandations : Intégrer les habitants en tant qu'acteur central des projets, au moyen notamment de règles, cadres juridiques et politiques spécifiques. Des initiatives de renforcement de capacités et d'opportunités doivent être menées pour renforcer leur compréhension des enjeux des projets. Les opportunités commerciales (notamment pour les PME) doivent être identifiées et considérées, et les relations entre les investisseurs extérieurs, les habitants et les entreprises locales doivent être renforcées. Une attention particulière doit être accordée aux possibilités de participation des jeunes.

- **La gouvernance locale est problématique** : A l'intérieur et autour des zones protégées, la gouvernance relative aux activités touristiques et la mise en œuvre des normes de protection sont peu efficaces. Le manque de fonds pour la sécurisation des sites, le manque de sensibilisation auprès des habitants et des décideurs locaux sur le besoin de protection des aires naturelles, le manque de communication entre les acteurs du tourisme et ceux de la préservation environnementale sont notamment en cause.

Recommandations : Il est nécessaire de produire une stratégie pour réguler l'écosystème et inciter les opérateurs touristiques qui réalisent des profits à contribuer financièrement à la conservation des aires protégées. Des mécanismes de financement, ou a minima le cadre juridique permettant leur développement, doivent être mis en place pour assurer les activités de surveillance/contrôle des sites. Des programmes de sensibilisation pour les habitants, les gestionnaires d'aires protégées et les décideurs doivent permettre de comprendre le fonctionnement des dynamiques touristiques et les perspectives de développement. La création d'une commission de surveillance (avec des prérogatives juridiques contraignantes) devrait aussi permettre de viabiliser et surveiller la gestion intégrée et participative des projets. Au niveau central, une approche collaborative entre les

ministères et départements concernés doit encourager ces pratiques multi-secteurs et multi-acteurs.

- **L'interface entre le tourisme de masse et la conservation de la nature est faussée :** La relation entre un espace naturel (et la façon dont il est protégé ou non) et le tourisme de masse est déséquilibrée dans le sens où les touristes profitent des espaces naturels mais participent peu à leur conservation et les « utilisent » mal, la zone naturelle étant impactée par différentes pressions.

Recommandations : Il est nécessaire d'approfondir la réflexion sur la coexistence des phénomènes de tourisme de masse et d'écotourisme en considérant davantage le développement touristique à une échelle territoriale (locale) et en limitant la mono-activité touristique de certains territoires (en recherchant la diversification vers d'autres activités économiques). Cet aménagement territorial doit davantage encourager les interactions entre le tourisme côtier et le tourisme intérieur, notamment en identifiant les sites qui ont une capacité de charge pouvant accueillir des produits de tourisme durable (dans et autour des zones protégées) tout en respectant la réglementation environnementale. Ne pas négliger à cette fin les réseaux internationaux qui peuvent aider à réguler les flux et relations entre tourisme de masse et écotourisme. Outre ce besoin de clarifier le positionnement tourisme de masse/écotourisme, il y a un besoin de renforcement des capacités de gestion et de contrôle des gestionnaires des aires protégées, ainsi que de leurs ressources financières et institutionnelles. Chaque aire protégée devrait pouvoir compter sur un plan de gestion incluant des dispositions en termes de gestion touristique, avec des mécanismes financiers lui permettant de rediriger les recettes du tourisme vers la conservation du site et le développement de la communauté locale : une culture de l'« économie sociale » doit être diffusée au sein des équipes de gestion des aires protégées. Le renforcement des capacités doit également concerner les guides locaux, ainsi que les tour-opérateurs (sensibilisation et promotion des initiatives locales). Des rencontres interprofessionnelles doivent être tenues régulièrement entre les professionnels du tourisme et les responsables des espaces protégés.

- **La valeur des espaces naturels est peu prise en compte par les autorités et administrations publiques :** Que les espaces naturels soient légalement protégés ou non, les instances publiques ne saisissent pas leurs facteurs d'attractivité, notamment leur potentiel touristique.

Recommandations : Sensibiliser et communiquer sur les exemples de bonnes pratiques et les expériences réussies au niveau régional et national. Au plan international la Jordanie est un bon exemple : existence d'un plan directeur intégrant les zones protégées, études socio-économiques et territoriales utilisées comme bases pour les décisions, plan de promotion touristique pour les zones protégées et les zones tampons. L'exemple des parcs naturels régionaux français est aussi utile et les possibilités de diffusion/réplication sur d'autres pays devraient être étudiées. L'essentiel est de coordonner les initiatives partant du terrain pour donner du poids à l'échelon territorial et aux actions d'attractivité touristique liant développement économique et préservation du capital naturel.

- « **Le gouvernement se voit lui-même comme le propriétaire des territoires** »

Recommandations : Renforcer les initiatives issues du terrain et leur structuration tout en sensibilisant l'administration. Encourager les partenariats public-privé pour appuyer ces initiatives en prenant en compte l'intégration des aires protégées et de leurs activités touristiques dans le

développement territorial, ainsi que les partenariats entre les ONG, les organisations internationales, les agences de développement et les gouvernements pour développer des solutions de tourisme durable.

- **Le secteur privé, l'administration et la société civile ne sont pas habitués à travailler ensemble. Il s'agit d'un véritable obstacle culturel qui rend difficile la collaboration et l'identification de terrains d'entente.**

Recommandations : Renforcer les cadres de coopération, dupliquer les expériences des projets pilotes et développer des stratégies PPP au sein des territoires.

- **Obstacles économiques : la gratuité et la liberté d'accès aux ressources naturelles a conduit à ce que les opérateurs perçoivent toute réduction d'accès comme une atteinte à leur liberté,** aspect renforcé par le délai entre la mise en place des mesures de protection et l'apparition des avantages qui en découlent.

Recommandations : Sensibiliser sur la valeur économique du capital naturel et les risques que comporte sa destruction ; diffuser les bonnes pratiques et faire connaître les expériences dans lesquelles les avantages économiques et sociaux ont augmenté après la mise en place des mesures de protection ; pour faire face au délai d'apparition des avantages issus de la conservation, explorer des possibilités d'activités alternatives reposant sur des initiatives locales plutôt que sur des subventions ; encourager l'intégration des mesures d'aménagement et de protection environnementale via des incitations économiques proposées par les agences de développement, particulièrement sous des modalités de PPP.

- **Le secteur touristique requiert un certain niveau de professionnalisme** (spécifiquement au niveau local) pour correspondre aux attentes des clients. Devenir véritablement compétent professionnellement, selon la branche, prend en moyenne de deux à sept ans. Ceci n'est pas toujours compris par un certain nombre d'acteurs : personnes souhaitant se former pour se reconverter dans le secteur touristique, nouveau pour eux ; autorités locales cherchant à appuyer des programmes de développement territorial et de protection de la nature ; gestionnaires d'aires protégées, tour-opérateurs locaux, etc.

Recommandations : Améliorer la sensibilisation des acteurs locaux et des autorités sur les besoins en matière de qualifications professionnelles et les attentes des clients ; encourager les investissements publics en faveur de formations adaptées au contexte du développement territorial et traitant des aspects de protection environnementale et de développement touristique durable ; au niveau central, mettre en place des normes et procédures qui concordent avec les normes internationales, du point de vue de l'environnement des affaires et de la formation ; au niveau territorial, accompagner l'accès des populations locales aux formations afin qu'elles soient mieux en mesure de participer aux projets et de profiter des opportunités économiques.

- **Faiblesse de la recherche et du suivi scientifique :** L'état environnemental des sites et le contexte socio-économique sont souvent très peu connus lorsqu'il est décidé de mettre en place une aire protégée et de développer des produits touristiques. Le coût social et environnemental mais également économique des produits touristiques de masse est rarement évalué d'un point de vue systémique et sur le long terme.

Recommandations : Suivi de la biodiversité à partir d'une étude initiale qui doit concerner l'ensemble des *hotspots* de biodiversité en Méditerranée (avec des analyses détaillées sur le tourisme) ; études socio-économiques en amont des projets de développement touristique et/ou de mise en place d'aires protégées, puis suivi pendant et après la réalisation des projets.

- **Le cadre législatif et réglementaire n'est pas toujours approprié.** L'arsenal juridique ne permet pas de maintenir un équilibre entre les activités économiques et la protection environnementale, y compris du point de vue de l'utilisation des flux financiers issus du développement économique pour la protection de la nature et la promotion du bien-être local. La réglementation ne permet pas non plus la création de PPP qui permettraient de passer d'une approche de court-terme à une vision à plus long terme prenant en compte le capital naturel et les populations locales en tant que pierres angulaires du développement durable.

Recommandations : Accompagner les pays dans la consolidation de leur cadre réglementaire afin qu'ils puissent mieux concilier développement et conservation tout en utilisant des sources de financement durables.

- **Les touristes sont peu sensibilisés à la protection de l'environnement et aux pratiques sociales des pays hôtes.** Ils ne sont pas informés sur la façon de se comporter avec la population locale, ni sur la conduite à tenir pour limiter leurs impacts lors de leurs séjours.

Recommandations : Encourager l'ensemble des parties prenantes à concevoir des codes de conduite pour un tourisme responsable dans les milieux naturels, notamment les tour-opérateurs afin qu'ils puissent sensibiliser leurs clients ; ces approches doivent également inclure les populations accueillantes, notamment au sein des sites d'hébergement importants.

GT4 : Structuration des territoires et destinations touristiques

Contraintes identifiées :

- Nombreuses fractures avec un **système de planification pyramidal, centralisé à l'international, configuré « hors-sol » par les pays du Nord**, qui ne répond pas aux besoins locaux, et aboutit à la multiplication désordonnée et cloisonnée des initiatives locales.
- **Cloisonnement disciplinaire, professionnel et institutionnel**, avec une rupture entre les acteurs du tourisme (grands tour-opérateurs) et les acteurs économiques territoriaux (fonctionnement en vase clos), mais également entre les politiques publiques qui ne sont pas intégrées.
- **Difficulté pour penser à la bonne échelle (locale)**, dans les stratégies de développement, en s'appuyant sur des administrations territoriales bien définies, dotées de bonnes capacités financières et appropriées par les populations locales.
- **Les porteurs de projets de tourisme durable sont isolés :** Il y a un réel besoin d'information, de renforcement des compétences et de professionnalisation des métiers. Sans modèle économique les dotant de revenus propres, ils sont encore trop dépendants des subventions extérieures.
- **Quasi-absence d'instruments de gouvernance territoriaux**, avec des acteurs mal préparés pour se concerter dans la stratégie à adopter. Les citoyens se sentent peu concernés.

- **Mise en réseau déficiente des différentes initiatives et expériences de tourisme durable**, qui sont mal labellisées, avec peu de relais de communication, et de fait vouées à des impacts qui restent faibles.

Recommandations :

- Pour asseoir une **stratégie territoriale de développement touristique basée sur des projets de territoire intégrés**, il faut pouvoir distinguer tourisme de niche et tourisme de masse, en évaluant les mutations du second vers le premier. Les stratégies territoriales devront intégrer le fait que le tourisme ne peut pas être considéré à lui seul comme un moteur de développement durable.
- En complément du tourisme conventionnel qui doit opérer sa transition, **les opportunités sont réunies pour construire une filière de tourisme domestique**, sans le cantonner à une fonction de compensation, à travers des dispositifs de distribution plus appropriés aux exigences locales, permettant de dynamiser les économies territoriales. De plus, le tourisme de proximité culturelle, entre pays frontaliers, émerge au cœur de la transition du marché du tourisme, rapprochant des Etats voisins (Tunisie et Algérie par exemple).
- **Mettre en place à l'échelle locale de structures équivalentes à des clusters chargés d'aménager et structurer les projets touristiques intégrés à une dynamique de développement territorial durable**. Le pilotage devra en être confié aux institutions territoriales à travers des modes de gouvernance appropriés. Leur mission sera de définir et piloter la stratégie de développement territorial durable intégrant le tourisme aux autres activités, à travers une coordination des acteurs concernés pour faire émerger des projets collectifs. Ces clusters pourraient se reposer sur de véritables chartes de pays avec une identité propre au territoire, en complément d'un label commun « tourisme durable méditerranéen ».
- **Donner aux acteurs du développement territorial les moyens de se qualifier** et de renforcer leurs compétences selon des dispositifs d'accompagnement. Les territoires doivent décider de leur sort et avoir plus de contrôle sur la chaîne de valeur globale.
- **Réformer le système de financement porté par les bailleurs de fonds** (trop éloigné des besoins locaux) et **créer une caisse de financement** pouvant soutenir les actions locales et se poser en fonds d'appui pour des micro-projets.
- **Partager et communiquer sur cette réorganisation du développement territorial durable intégrant le tourisme**, au moyen d'un livre blanc présent sur différentes tribunes (salons, colloques...).

GT5 : D'une approche projet aux politiques publiques du tourisme

En Méditerranée, particulièrement dans les pays du Sud et de l'Est, les projets de mise en tourisme ont été conçus, développés et mis en œuvre selon des objectifs de rentabilité financière et de viabilité économique à court terme, directement liés au projet lui-même, sans prendre en compte suffisamment le contexte humain, politique et environnemental dans lequel il se projette. Or le tourisme est une industrie complexe avec une chaîne de valeur diffuse et étendue qui s'intègre dans de multiples écosystèmes économiques, naturels et sociaux à différentes échelles territoriales et temporelles. Un projet ne faisant pas l'objet d'une analyse plus globale prend dès lors le risque de rester une initiative hors-sol, difficile à évaluer et à répliquer, réduisant d'autant sa contribution réelle au développement local.

Il est donc nécessaire d'inscrire ces projets dans des politiques publiques qui fournissent à la fois un cadre institutionnel et incitent au développement durable du secteur et des filières associées, selon une approche transversale et cohérente avec les grandes orientations nationales et internationales en

matière économique, sociale, territoriale et environnementale. Mais comment contribuer à la construction de politiques publiques de qualité, qui intègrent à la fois les enjeux globaux tels que la lutte contre le changement climatique, la réduction des inégalités Nord-Sud ou les objectifs de développement durable, mais aussi les défis locaux liés à la répartition des revenus, à la cohésion sociale, à la création d'emplois dignes, à la bonne gouvernance et à la résilience aux chocs internes ou externes?

Contraintes identifiées :

- **Indicateurs de suivi incomplets**, avec des objectifs économiques (chiffre d'affaire, rentabilité, etc.) ou commerciaux (nombre de nuitées, visiteurs, etc...) quantitatifs et non qualitatifs (impact social, etc.), par ailleurs insuffisamment harmonisés à l'échelle régionale.
- **Déphasage temporel** entre les stratégies (long terme), les politiques (moyen terme) et les projets (court terme) dans un contexte de grande volatilité et d'incertitudes économiques et sociales.
- **Faible capacité à détecter**, accompagner et mettre en œuvre les initiatives « de terrain » à plus petite échelle mais à plus forte valeur ajoutée.
- **Complexité et diversité des parties prenantes**, distribuées sur une large échelle temporelle et spatiale, ce qui complique leur identification et le dialogue effectif entre les acteurs du secteur.
- **Émergence de nouveaux types d'acteurs** – informels ou diffus – liés à l'économie collaborative et participative (par exemple airbnb).
- **Faible coordination institutionnelle**, en particulier entre les agents publics (ministères, régions, municipalités, etc.), dotés de capacités techniques et politiques limitées.
- **Peu de capitalisation sur les projets réussis** (ou les échecs) ni de rétro-alimentation pour construire ou améliorer les politiques publiques.
- **Manque de sensibilité et de connaissance** de la part des acteurs et de la population pour intégrer les enjeux (locaux/globaux) et activer les leviers d'actions contribuant au développement durable.
- **Pas de définitions claires et consensuelles** concernant les concepts du tourisme et du développement durables, aux niveaux régional, national et local.
- **Peu d'articulation et de cohérence** avec les engagements internationaux (CCNUCC, CBD, ODD...) ou nationaux (stratégie de développement durable, Agenda 21...).
- **Inertie des acteurs**, souvent résistants au changement et à l'innovation.
- **Variété et complexité des produits touristiques** (croisière, 3S *Sea-Sand-Sun*, éco-tourisme, etc.) avec une chaîne de valeur diffuse et étendue qui complique la mise en place de politiques publiques simples, efficaces et cohérentes.
- **Absence de stratégie régionale** concernant le tourisme durable, ce qui gêne l'émergence de politiques publiques aux niveaux national et local.

Recommandations :

- **Territorialiser cette vision commune** en développant des stratégies nationales et territoriales/locales, avec des indicateurs pertinents, harmonisés et partagés.

- **Mettre en place des stratégies et politiques sectorielles** (transport, logement, énergie, eau, déchets, etc.) qui permettent aux territoires de structurer et d'évaluer la contribution du tourisme à leur développement durable.
- **Articuler dans les politiques touristiques les engagements internationaux et nationaux** sur le changement climatique, les ODD, la Convention de Barcelone (SMDD, Consommation et Production Durables).
- **Intégrer les réflexions et travaux** portés par les institutions intergouvernementales telles que l'OMT (groupe de travail tourisme durable), l'OCDE (revue par les pairs, rapports annuels sur le tourisme), le PNUE et l'OCDE (analyse des politiques touristiques), le PNUE et l'OMT (élaboration de stratégies de tourisme durable).
- **Conduire une évaluation des mécanismes de financement** de projets touristiques, par exemple par la mise en place d'une étude suivie d'un atelier régional pour capitaliser sur les retours d'expériences.
- **Impliquer tous les acteurs de la chaîne**, notamment concernant la gouvernance, la gestion des ressources naturelles et financières, la régulation sectorielle, par exemple à travers les DMO, PPP, etc.
- **Promouvoir un leadership politique** à travers une coordination interministérielle pilotée au plus haut niveau (présidence, chef de gouvernement).
- **Mettre en avant les mécanismes de responsabilité sociétale** (RSE) des grands opérateurs privés et des investisseurs internationaux et nationaux.
- **Eduquer et former les visiteurs et la population locale** autour des concepts de tourisme et développement durables.
- **Identifier, diffuser et répliquer les initiatives locales innovantes**, via des mécanismes d'appui techniques ou financiers (fonds d'amorçage par exemple).
- **Promouvoir l'identification et la visibilité des prestataires et des produits touristiques durables** : combinaison de classification, normalisation, labellisation (EDILE, ISO, etc.), certifications privées (*Earth Check*, etc.), évaluation par les visiteurs (tripadvisor, etc.).
- **Sensibiliser et développer les compétences** des acteurs du secteur, par la mise en place de campagnes de sensibilisation mais aussi de programmes de formation et de recherche associant les secteurs public et privé.
- **Accompagner les retours d'expériences sur les projets innovants**, avec la mise en place de communautés de pratiques et de panels d'experts qui permettent d'améliorer les politiques publiques.
- **Définir un cadre régional** via l'élaboration d'une Stratégie méditerranéenne pour le tourisme durable (SMTD), déclinaison sectorielle de la Stratégie méditerranéenne pour le développement durable (SMDD 2016-2025) de la Convention de Barcelone.

Conclusion

L'atelier a permis de confirmer un intérêt important pour les enjeux liés au secteur touristique en Méditerranée. Son déroulement en trois phases – présentation de cadrage, panel d'acteurs clés, groupes de travail – a initié une réflexion et organisé des échanges où chacun s'est exprimé pour s'accorder sur une vision commune du tourisme dans la région et construire un consensus sur les principales actions à recommander.

Il en ressort, notamment, que le tourisme n'est pas un outil clé-en-main dont peuvent se servir les responsables publics pour automatiquement, et tout à la fois, faire rentrer des devises, développer des infrastructures de réseaux et des services performants, promouvoir une image de marque attractive et favoriser des emplois durables. C'est une activité qui touche à de nombreux secteurs et qui doit au contraire s'insérer et se développer dans un « écosystème » de politiques, de règles, d'initiatives et d'acteurs afin d'exprimer pleinement son potentiel, en étant structurellement orientée sur des processus de développement durable : consommation et production durables, économie circulaire, renforcement des capacités de décision des opérateurs locaux, « juste prix » des ressources rares, modalités précises pour le paiement des services environnementaux, réalisation et utilisation des études d'impact et de réversibilité lors des phases de conception et d'exploitation, mise en synergie et « clusterisation » des acteurs territoriaux, etc. Les participants ont également reconnu la nécessité d'agir au niveau des consommateurs, les touristes eux-mêmes, qui font partie intégrante de la solution pour limiter les impacts sur le climat d'un point de vue global et faire du tourisme un véritable facteur de développement territorial. Enfin, il incombe aux institutions de développement le double rôle d'accompagner les autorités nationales et locales dans la conception et la conduite de leurs politiques touristiques, et de financer des projets exemplaires en termes de recomposition du modèle balnéaire et de diversification des produits.

L'ensemble des documents diffusés et produits à l'occasion de cet atelier est disponible à cette adresse : <http://planbleu.org/fr/event/atelier-tourisme-et-developpement-durable>
