

TOURISME

CAHIER 17
Mai 2017



Calella Palafrugell, Espagne

Tourisme durable en Méditerranée : Etat des lieux et orientations stratégiques



2017
ANNÉE INTERNATIONALE
DU TOURISME DURABLE
POUR LE DÉVELOPPEMENT

Auteurs

Jérémie Fosse (eco-union) et Julien Le Tellier (Plan Bleu), en collaboration avec Luca Santarossa, Emanuela Manca (consultants) et Tom Tambaktis (stagiaire, Plan Bleu).

Editeurs

Thierry Lavoux et Jean-Pierre Giraud (Plan Bleu)

Remerciements

Ce rapport a été préparé en 2016-2017 par le Centre d'Activités Régionales Plan Bleu (CAR/Plan Bleu), suivant les recommandations du Plan d'Action pour la Méditerranée (ONU Environnement/PAM), avec les contributions d'autres CAR, à savoir CAR/CPD, CAR/PAP et CAR/ASP.

Nous remercions tout particulièrement Gaetano Leone et Tatjana Hema (ONU Environnement/PAM), Magali Outters (CAR/CPD), Zeljka Skaricic et Sylvain Petit (CAR/PAP), Daniel Cebrian (CAR/ASP), Anne-France Didier (ministère français de l'Environnement), Aziza Akhmouch et Delphine Clavreul (OCDE) et Alyssa Clavreul (Plan Bleu) pour leurs recommandations, leurs conseils, leurs relectures et leurs nombreuses contributions à ce document.

La préparation et l'édition de ce rapport ont été soutenues par l'Agence française de développement (AFD), en partenariat avec le Plan Bleu.

Conception graphique et réalisation

La mise en page finale et la réalisation ont été effectuées par Hélène Rousseaux (Plan Bleu).

Crédits Photos: Miquel Fabre 2014 (couverture), Pixabay (p. 18 & 45)

Mention légale

Les termes utilisés et la présentation des documents à travers cette publication n'expriment en aucun cas des opinions du Plan Bleu au sujet de la situation juridique de quelque pays, territoire, ville ou région que ce soit, ni sur ses autorités, ni sur la délimitation de ses frontières.

Les analyses et les conclusions exprimées dans cette publication sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement le point de vue du Plan Bleu et de l'Agence française de développement (AFD).

Droits de copyright

Le texte de la présente publication peut être reproduit en tout ou en partie à des fins pédagogiques et non lucratives sans autorisation spéciale de la part du détenteur du copyright, à condition de faire mention de la source. Le Plan Bleu serait reconnaissant de recevoir un exemplaire de toutes les publications qui ont utilisé ce matériel comme source. Il n'est pas autorisé d'utiliser la présente publication pour la revente ou à toute autre fin commerciale sans demander au préalable par écrit l'autorisation du Plan Bleu.

© 2017 Plan Bleu - 15 rue Ludwig van Beethoven, Sophia-Antipolis, 06560 Valbonne, France

Pour des fins bibliographiques, citer le présent volume comme suit :

Fosse, J. & Le Tellier, J. (2017). *Tourisme durable en Méditerranée : état des lieux et orientations stratégiques*. Plan Bleu. Valbonne. (Cahier du Plan Bleu, 17)



Plan Bleu
Centre d'Activités Régionales du PNUE/PAM
15, rue Beethoven, Sophia Antipolis
06560 Valbonne
France
www.planbleu.org

ISBN : 978-2-912081-51-3
Imprimé par Texto Imprimerie

TABLE DES MATIÈRES

ACRONYMES ET ABRÉVIATIONS	4
RÉSUMÉ EXÉCUTIF	6
1. INTRODUCTION	8
1.1. Cadrage	8
1.2. Contexte régional	8
1.3. Le secteur du tourisme	8
2. ETAT DU TOURISME EN MÉDITERRANÉE	9
2.1. Le tourisme en Méditerranée	9
2.2. Les produits de tourisme et leurs impacts	12
2.3. Principaux enjeux	15
3. EXAMEN DES CADRES INSTITUTIONNELS	19
3.1. Cadres internationaux	19
3.2. Cadres européens	21
3.3. Cadres méditerranéens	22
3.4. Stratégies nationales et parties prenantes concernées	24
4. DÉVELOPPER UNE VISION ET DES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES POUR LE TOURISME DURABLE EN MÉDITERRANÉE	25
4.1. Une vision pour le tourisme en Méditerranée	25
4.2. Aperçu des objectifs et des orientations stratégiques	25
5. OBJECTIFS, ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET ACTIONS	28
6. MISE EN ŒUVRE, FINANCEMENT ET SUIVI DES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES POUR LE TOURISME DURABLE EN MÉDITERRANÉE	39
6.1. Institutions, acteurs et processus	39
6.2. Les ressources pour la mise en œuvre des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée	43
6.3. Système et indicateurs de suivi	44
BIBLIOGRAPHIE	46
ANNEXES	47
Annexe 1 : SMDD 2005-2015, orientations et actions relatives au tourisme	47
Annexe 2 : SMDD 2016-2025, orientations stratégiques et actions relatives au tourisme	48
Annexe 3 : Objectifs et actions sur le tourisme du plan d'action régional CPD	49
Annexe 4 : Stratégies pour le tourisme d'une sélection de pays méditerranéens	50
Annexe 5 : Types de parties prenantes et leurs rôles dans le tourisme durable	51
Annexe 6 : Orientations stratégiques, actions et activités pour le tourisme durable en Méditerranée	52

ACRONYMES ET ABRÉVIATIONS

AFD : Agence Française de Développement

AEE : Agence Européenne pour l'Environnement

ATI : Arrivées de Touristes Internationaux

BEI : Banque Européenne d'Investissement

BERD : Banque Européenne pour la Reconstruction et le Développement

CAR : Centres d'Activité Régionales

CCNUCC : Convention-Cadre des Nations Unies sur les Changements Climatiques

CDB : Convention sur la Diversité Biologique

CE : Commission Européenne

CMDD : Commission Méditerranéenne du Développement Durable

CNUDD : Conférence des Nations Unies sur le Développement Durable (ou Rio+20)

COP : Conférence des Parties

CPD : Consommation et Production Durable

CPM : Centre du Patrimoine Mondial (UNESCO)

DMO : Destination Management Organization (organisation de gestion de la destination)

EIE : Evaluation des Impacts Environnementaux

EMAS: European Eco-Management and Audit Scheme (système européen d'éco-gestion et d'audit)

ESE : Evaluation Stratégique Environnementale

GIZC : Gestion Intégrée des Zones Côtières

GSTC : Global Sustainable Tourism Council (Conseil mondial pour le tourisme durable)

H2020 : Programme de coopération Horizon 2020 pour la Méditerranée

ISO : International Standards Organization

MEDPOL : Programme pour l'évaluation et le contrôle de la pollution marine (ONU Environnement/PAM)

MICE : Meetings, Incentives, Conférences, and Events (tourisme d'affaires)

OCDE : Organisation pour la Coopération et le Développement Économique

ODD : Objectifs de Développement Durable

OIG : Organisation Inter Gouvernementale

OMT : Organisation Mondiale du Tourisme des Nations Unies

ONU : Organisation des Nations Unies

ONU Environnement : Programme des Nations Unies pour l'Environnement

ONU Environnement/PAM : Plan d'Action pour la Méditerranée du Programme des Nations Unies pour l'Environnement

OS : Orientation Stratégique

OSC : Organisation de la Société Civile

PA CPD : Plan d'Action sur la Consommation et la Production Durable

PAM : Plan d'Action pour la Méditerranée

PAS/BIO : Plan d'Action Stratégique pour la conservation de la diversité biologique en région Méditerranée

PME : Petites et Moyennes Entreprises

PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement

PSEM : Pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée

PTD : Programme de Tourisme Durable

REMPEC : Centre régional méditerranéen pour l'intervention d'urgence contre la pollution marine accidentelle

RSE : Responsabilité Sociétale des Entreprises

SDMO : Sustainable Destination Management Organization (organisation durable de gestion de la destination)

SMDD : Stratégie Méditerranéenne pour le Développement Durable

UC : Unité de Coordination

UE : Union Européenne

UNESCO : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture)

UpM : Union pour la Méditerranée

WTTC : World Travel and Tourism Council (Conseil mondial du tourisme)

3S : Sea, Sand and Sun (mer, sable, soleil)

10YFP : Cadre décennal de programmes sur la consommation et la production durable du ONU Environnement

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

La région méditerranéenne a développé un ensemble unique d'activités touristiques en lien avec la mer, le sport, la santé, la nature et les affaires, ainsi qu'avec les croisières et la culture. Ce secteur représente une source constante d'emploi (11 % du nombre total d'emplois) et de croissance économique (11 % du PIB de la région)¹. Toutefois, la croissance économique générée par le développement du tourisme s'est souvent faite au détriment de l'intégrité environnementale et de l'équité sociale. Dépendance vis-à-vis du tourisme balnéaire de masse (dit « 3S » - sea-sand-sun), insuffisances de la gouvernance, dégradation du patrimoine culturel, pollution environnementale, épuisement des ressources, contribution aux changements climatiques et vulnérabilité à leurs effets, insécurité politique, instabilité sociale, fuite du capital humain et économique... Tous ces éléments sont autant de problématiques qui menacent la durabilité de la région méditerranéenne et du secteur du tourisme lui-même (Tableau 1).

Tableau 1 : Résumé des principales problématiques identifiées dans le secteur du tourisme méditerranéen

Thème	Problématique
Environnement	1. Dégradations environnementales causées aux écosystèmes et aux ressources naturelles
Société	2. Inégalités sociales, précarité de l'emploi et non-respect des droits fondamentaux
Economie	3. Faibles bénéfices économiques, manque de différenciation et faible capacité de résilience
Culture	4. Altération du patrimoine culturel, des valeurs traditionnelles et des identités locales
Gouvernance	5. Manque de suivi fiable, faible gouvernance, projets de collaboration inefficaces

Source : Plan Bleu

Sous l'égide de l'ONU Environnement/PAM-Convention de Barcelone, les cadres régionaux sur la durabilité adoptés récemment comme la Stratégie méditerranéenne pour le développement durable 2016-2025 (SMDD 2016-2025) et le Plan d'action régional sur la consommation et la production durable (PA CPD), en plus Protocole relatif à la gestion intégrée des zones côtières de la Méditerranée (Protocole GIZC), contribuent

à aborder certaines de ces problématiques. Cependant, les caractéristiques sociétales inhérentes au secteur du tourisme et son développement exponentiel rendent nécessaire la mise en place d'actions dédiées à ce secteur. Ces actions devraient être intégrées aux orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée afin d'être mises en œuvre par les décideurs politiques régionaux, nationaux et locaux, ainsi que par les autres parties prenantes, autour d'une vision commune :

Promouvoir un tourisme durable en Méditerranée permettant aux visiteurs et aux accueillants d'établir des relations équilibrées, respectueuses et fructueuses, valorisant le patrimoine environnemental, humain et culturel unique de la région méditerranéenne, tout en garantissant un développement socioéconomique inclusif respectant la capacité de charge d'écosystèmes naturels sains, et en favorisant la complémentarité des différentes activités économiques à l'échelle des destinations touristiques.

À partir des écarts entre cette vision et les problématiques identifiées, il est possible de proposer un ensemble d'objectifs et d'orientations stratégiques visant à intégrer dans le secteur touristique les piliers du développement durable : environnement, société, économie, culture et gouvernance (Tableau 2).

Afin de garantir la réussite de la mise en œuvre des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée, des institutions internationales concernées ont été identifiées pour assurer la coordination d'objectifs, d'orientations ou d'actions spécifiques, notamment l'ONU Environnement/PAM et ses Centres d'activités régionales (coordination technique), l'OMT et l'UNESCO (expertise thématique), l'OCDE (connaissances en matière de politiques, gouvernance), l'Union européenne (mécanismes de financement) et l'Union pour la Méditerranée (soutien politique).

Bien que les coûts associés au développement du contenu des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée soient relativement bas, le budget nécessaire pour mettre en œuvre les actions recommandées peut s'avérer très important et nécessitera la mise en place d'instruments financiers innovants. A cet égard, le manque de financements publics accroît la nécessité d'attirer des investissements privés et alternatifs pour financer des actions et des activités concrètes. Enfin, un système de suivi complet, transparent et fiable doté d'indicateurs pertinents devra être élaboré pour soutenir la mise en œuvre et le suivi des orientations stratégiques, qui devraient être totalement intégrés avec la SMDD 2016-2025.

Tableau 2 : Objectifs et orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée

Objectif	Orientation stratégique
1. INTÉGRITÉ ENVIRONNEMENTALE : mesurer, réduire et atténuer les impacts environnementaux du tourisme, tout en réduisant le déséquilibre territorial entre zones côtières et arrière-pays.	1.1. Evaluation et suivi des pressions environnementales et des impacts des activités touristiques sur les écosystèmes naturels et leur capacité de charge
	1.2. Encourager l'intégration de l'utilisation efficace des ressources, des technologies propres, de la gestion environnementale et des programmes d'éco-labellisation dans les produits, services et équipements de tourisme
	1.3. Identifier, protéger et restaurer les écosystèmes vulnérables et dégradés des zones côtières, marines et terrestres
	1.4. Equilibrer le développement territorial du tourisme entre zones côtières et arrière-pays
2. PROGRES SOCIAL / EGALITE / INCLUSION : garantir les droits sociaux, le travail décent, l'égalité des chances et l'accès aux ressources de base pour les populations locales	2.1 Promouvoir et appuyer la création, la propriété et le développement d'entreprises locales de tourisme durable
	2.2. Développer un secteur du tourisme inclusif et responsable qui favorise les emplois décents, garantit les droits sociaux et intègre les groupes vulnérables, en particulier les femmes, les jeunes et les minorités
	2.3. Améliorer l'accès à l'éducation, au développement professionnel, aux programmes éducatifs et aux formations sur le tourisme durable, pour les personnes travaillant dans le secteur du tourisme comme pour les populations locales
	2.4. Promouvoir le développement du tourisme aux échelles infrarégionale, nationale et locale, et encourager les politiques de tourisme social aux niveaux national et local
3. SUCCES ECONOMIQUE / DEVELOPPEMENT / PROSPERITE : développer des produits et des services de tourisme résilients, compétitifs et innovants, en favorisant un meilleur équilibre entre secteurs économiques dans les destinations touristiques et les territoires	3.1 Soutenir l'innovation, la diversification et la résilience des produits et des services du tourisme
	3.2 Suivre, évaluer et attirer des investissements orientés vers des activités vertes, locales et circulaires dans le secteur touristique
	3.3 Permettre le développement de l'agriculture, de l'artisanat et de l'entreprise à l'échelle locale (destination), en favorisant les synergies entre secteurs économiques
4. PATRIMOINE / ATOUTS CULTURELS : protéger et valoriser le patrimoine et les biens culturels, en créant des rapports équilibrés, respectueux et fructueux	4.1 Identifier, valoriser et protéger le patrimoine culturel, l'identité locale et les savoirs traditionnels
	4.2 Disséminer des outils et des procédures pour mesurer et surveiller les impacts du tourisme sur la culture
	4.3 Sensibiliser, éduquer et renforcer les capacités vers des comportements responsables et durables
5. GOUVERNANCE PARTAGÉE : garantir l'inclusion, l'efficacité et la transparence dans la conception, la mise en œuvre et le suivi des politiques	5.1. Renforcer le suivi, l'application et la conformité avec les protocoles de la Convention de Barcelone et d'autres initiatives et mécanismes politiques régionaux, complétés par les approches nationales
	5.2 Promouvoir des dialogues et collaborations transparents et inclusifs à tous les niveaux entre décideurs locaux et nationaux, professionnels du tourisme, entreprises et populations
	5.3 Promouvoir les pratiques intersectorielles de planification, de développement et de suivi de politiques pour toute la chaîne de valeur du secteur touristique, au moyen d'outils de gouvernance adaptés

Source : Plan Bleu

1. WTTC (2014). Economic impact of Travel & Tourism in the Mediterranean (L'impact économique du tourisme en Méditerranée).

1. INTRODUCTION

Ce chapitre d'introduction explique le fil conducteur de ce rapport, met en contexte l'importance du tourisme dans la région méditerranéenne et présente la portée de cette étude.

1.1. CADRAGE

Ce chapitre s'appuie sur des publications antérieures portant sur l'état des activités touristiques et sur leurs impacts en Méditerranée². Il intègre également des cadres récents de politiques régionales comme la SMDD 2016-2025 et le PA CPD qui ont été approuvés par la Conférence des Parties de la Convention de Barcelone (COP19, Athènes, Grèce, 9-11 février 2016). Ce chapitre prend également en compte l'Agenda 2030 pour le développement durable et ses objectifs de développement durable (ODD), approuvés par l'assemblée générale de l'ONU en septembre 2015.

1.2. CONTEXTE RÉGIONAL

En ce qui concerne la portée géographique de ce rapport, la région méditerranéenne désigne les 21 pays riverains qui constituent les Parties contractantes à la Convention de Barcelone³ plus l'État de Palestine. Ces pays situés en Europe du Sud, en Asie occidentale, au Moyen Orient et au Maghreb ont en commun leur climat, leur géographie, leur littoral ainsi que des liens historiques de nature commerciale et culturelle. La croissance démographique, l'urbanisation galopante et le développement du tourisme expliquent l'importance des concentrations côtières dans le bassin méditerranéen. 487 millions de personnes vivent aujourd'hui dans les pays méditerranéens⁴ dont la population s'est accrue de 17% entre 2000 et 2013. Celle-ci est plus concentrée dans les pays du Nord et de l'Est de la Méditerranée, ainsi que dans les zones côtières dans la mesure où un habitant sur trois d'un pays méditerranéen vit sur la côte.

1.3. LE SECTEUR DU TOURISME

Pilier essentiel des économies méditerranéennes, le tourisme représente une source constante d'emploi (11,5 % du nombre total d'emplois en 2014) et de croissance économique (11,3 % du PIB de la région)⁵. Le tourisme est vital pour de nombreux pays méditerranéens : si l'on compte uniquement l'économie des régions littorales, le tourisme représente plus de 70 % en termes de valeur de la production et de valeur ajoutée brute⁶.

Au cours du temps, les destinations méditerranéennes ont développé un ensemble unique de produits de tourisme où se combinent loisirs, santé, sports, nature, affaires, ainsi que culture et croisières. Toutefois, la croissance économique générée par le développement du tourisme s'est souvent faite au détriment de l'intégrité environnementale et de l'équité sociale. Dépendance au tourisme balnéaire de masse (dit « 3S » - sea-sand-sun), gouvernance faible, pollution environnementale, épuisement des ressources, vulnérabilité au changement climatique, insécurité politique, instabilité sociale, fuite du capital humain et économique, dégradation du patrimoine culturel... Tous ces éléments sont autant de problématiques qui menacent la durabilité de la région méditerranéenne et du secteur du tourisme lui-même.

1.4. PORTÉE ET OBJECTIFS

Ce rapport s'appuie sur des travaux de recherche récents de portée régionale et internationale sur le tourisme et la durabilité pour aider à formuler des lignes directrices et des recommandations pour le tourisme durable en Méditerranée. Ces lignes directrices pourront par la suite être validées par les parties prenantes régionales, comme par exemple la Commission méditerranéenne du développement durable (CMDD), et les Parties contractantes de la Convention de Barcelone. Ce rapport analyse les problématiques environnementales, sociales, économiques et culturelles les plus pressantes, auxquelles il est nécessaire de faire face pour assurer le développement d'un tourisme durable et inclusif en Méditerranée. Le rapport propose également des orientations stratégiques et des actions, pour permettre de structurer un futur cadre stratégique pour le tourisme durable en Méditerranée.

Il est important de souligner que ce rapport n'a pas pour ambition d'exprimer une position définitive sur les problématiques évoquées : il s'agit plutôt d'apporter des faits, des éléments de preuve et des arguments, pour contribuer à un débat solide et constructif entre acteurs régionaux et nationaux.

⁵ WTTC (2014). Economic impact of Travel & Tourism in the Mediterranean

⁶ Plan Bleu (2014). Analyse économique et sociale des usages des eaux côtières et marines méditerranéennes

² Plan Bleu (2016). Tourism and sustainability in the Mediterranean: key facts and trends, Document de travail. <http://planbleu.org/fr/publications/tourism-and-sustainability-mediterranean-key-facts-and-trends>. Voir également les publications disponibles sur : <http://planbleu.org/fr/activites/tourisme>.

³ Albanie, Algérie, Bosnie-Herzégovine, Croatie, Chypre, Égypte, Espagne, France, Grèce, Israël, Italie, Liban, Lybie, Malte, Maroc, Monaco, Monténégro, Slovaquie, Tunisie, Turquie.

⁴ Nations Unies, Département des affaires économiques et sociales (2014). World Urbanization Prospects: The 2014 Revision

2. ETAT DU TOURISME EN MÉDITERRANÉE

Ce chapitre dresse un état des lieux des activités de tourisme en Méditerranée, identifie ses impacts et analyse les principales problématiques qui mettent en danger la durabilité de la Méditerranée et celle du secteur du tourisme lui-même.

2.1. LE TOURISME EN MÉDITERRANÉE

2.1.1. Un secteur économique en croissance

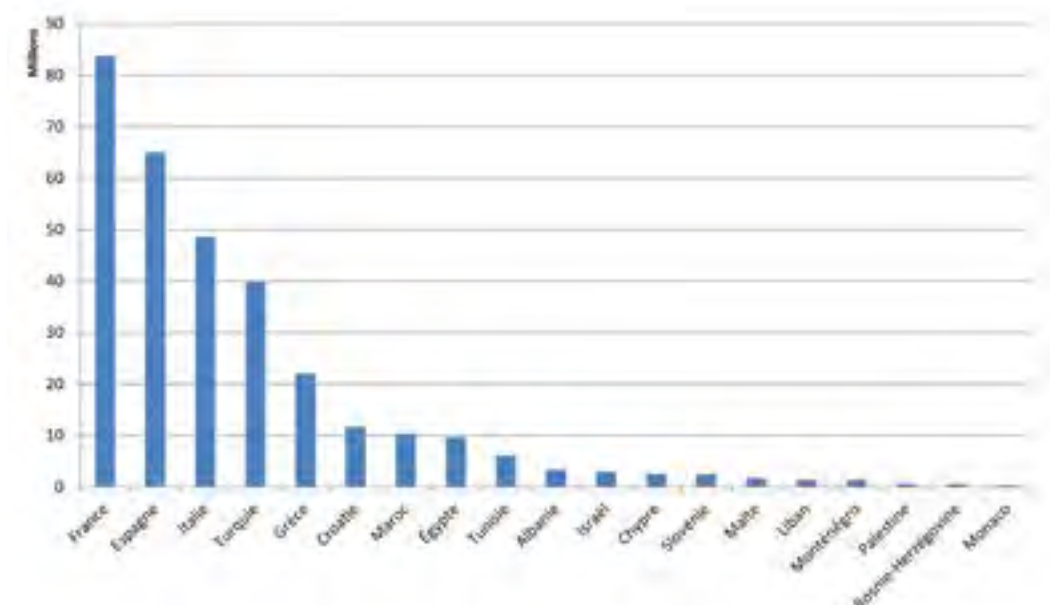
Grâce à l'association unique d'un climat tempéré, de richesses patrimoniales et culturelles, de ressources naturelles exceptionnelles et de la proximité de marchés émetteurs majeurs, la Méditerranée est devenue la première destination du monde pour le tourisme national et international, avec plus de 300 millions d'arrivées de touristes internationaux (ATI) représentant 30 % du nombre total de touristes dans le monde en 2014. Les ATI sont passées de 58 millions en 1970 à près de 314 millions en 2014, avec une prévision de 500 millions d'ici à 2030⁷. La moitié de ces arrivées se font sur le littoral.

Le secteur du tourisme est extrêmement développé dans les pays du nord de la Méditerranée comme la France, l'Italie et l'Espagne, et a connu une croissance importante ces dix dernières années dans des pays du sud et de l'est de la Méditerranée comme l'Égypte et la Turquie. Les cinq destinations principales en Méditerranée – France (84 millions d'ATI), Espagne (65), Italie (48), Turquie (40) et Grèce (22) – représentent près de 83 % du nombre total d'arrivées en 2014.

2.1.2. Un secteur dynamique mais instable

Le secteur du tourisme est très sensible aux turbulences externes et internes. Aujourd'hui, trois crises simultanées affectent le tourisme méditerranéen : conflits sociaux et agitation politique ; terrorisme et insécurité ; ralentissement économique et chômage. Un des effets des chocs sécuritaires est le fameux « principe des vases communicants », c'est-à-dire le fait qu'une partie des flux vers les destinations traditionnelles des pays du sud de la Méditerranée (bords de mer mais également centres historiques et sites archéologiques) soit déviée vers des destinations similaires dans des pays du nord de la Méditerranée, considérés comme plus sûrs.

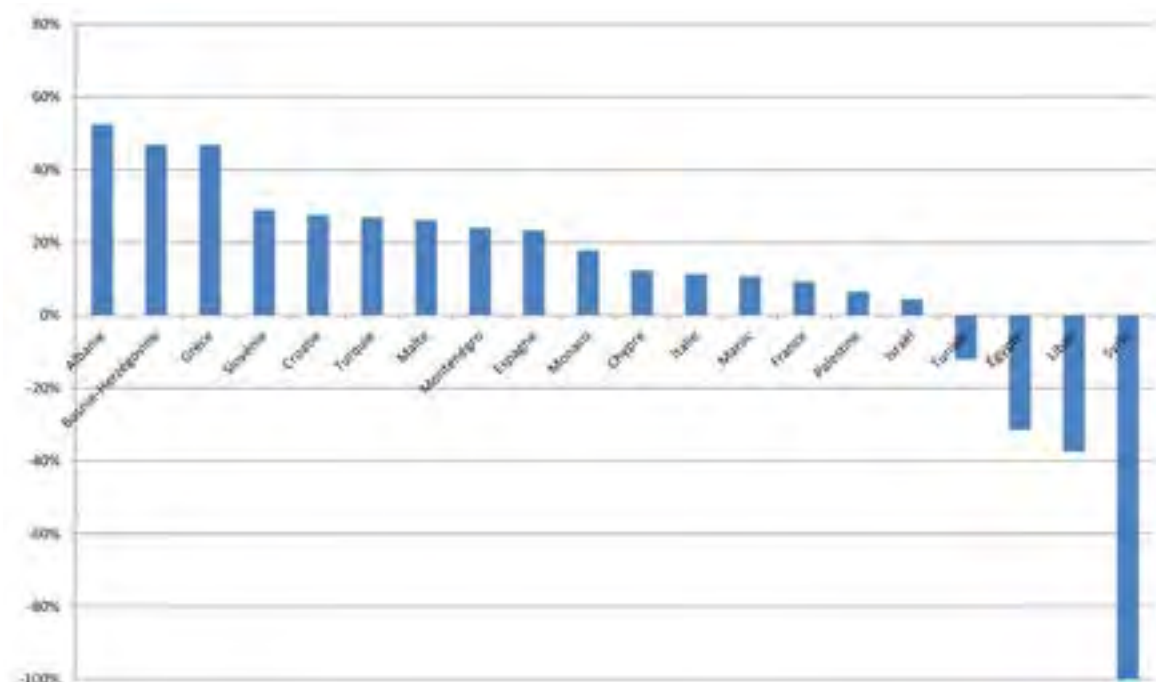
Figure 1: Arrivées de touristes internationaux dans les pays méditerranéens (en millions, 2014)



Source : Plan Bleu, 2016 (élaboré à partir des données de l'OMT, 2016 - pas de données disponibles pour plusieurs pays méditerranéens)

⁷ OMT (2011). Tourism in the Mediterranean

Figure 2 : Évolution des Arrivées de touristes internationaux par pays (2010-2014)



Source : Plan Bleu, 2016 (élaboré à partir des données de l'OMT, 2016 – pas de données disponibles pour plusieurs pays méditerranéens)

On peut donc diviser le bassin méditerranéen en quatre groupes géographiques distincts :

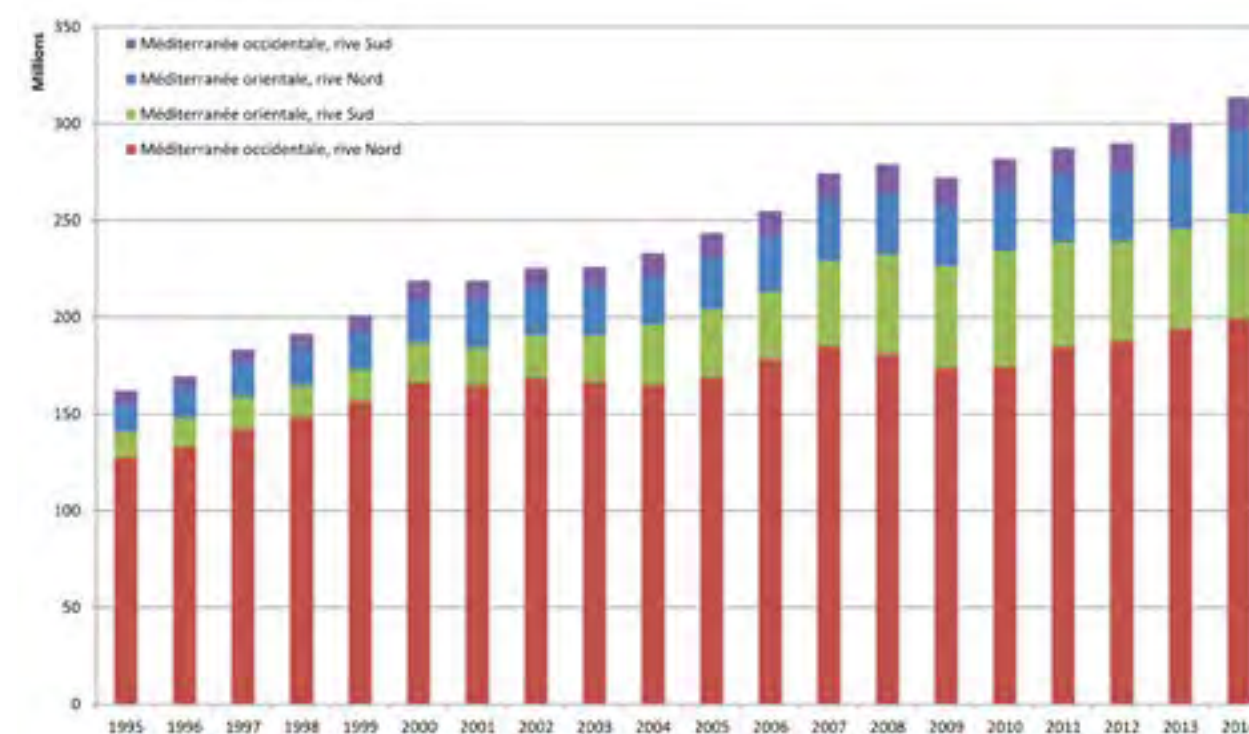
- **Les pays du nord-ouest de la Méditerranée** (France, Italie, Malte, Monaco et Espagne) où le développement du tourisme est déjà mature et où les ATI représentent plus de la moitié des ATI totales des pays méditerranéens ;
- **Les pays du nord-est de la Méditerranée** (Albanie, Bosnie-Herzégovine, Croatie, Monténégro, Slovaquie, et Grèce et Chypre dont les secteurs touristiques sont plus matures) connaissent un véritable « boom touristique » avec des destinations émergentes ou connaissant un renouveau ;
- **Les pays du sud-ouest de la Méditerranée** suivent une dynamique économique différenciée : la Tunisie est fortement impactée par un environnement sécuritaire complexe, le Maroc connaît une croissance constante du tourisme, et l'Algérie n'est pas encore véritablement entrée dans le marché du tourisme international ;
- **Les pays du sud-est de la Méditerranée** où l'on distingue deux situations différentes : une réduction constante du tourisme au cours des cinq dernières années en Égypte, au Liban et surtout en Syrie, en raison des problèmes sécuritaires et de politique interne, une augmentation significative en Turquie – bien que les événements internes récents risquent de faire chuter cette augmentation –, et une croissance modérée en Palestine et en Israël.

Encadré 1 : Impact du terrorisme et des catastrophes naturelles sur les flux touristiques

Ces dernières années, des groupes terroristes ont ciblé des hauts lieux du tourisme, du voyage et du divertissement à Sousse et Tunis (Tunisie), à Istanbul (Turquie), à Paris et Nice (France)... L'effet immédiat sur le secteur du voyage et du tourisme d'une destination peut être extrêmement rapide : à Paris par exemple, le taux d'occupation des hôtels a chuté de 21 % le lendemain des attaques de novembre 2015. En Turquie, qui a connu une série d'attentats en 2016, les chiffres du secteur touristique ont chuté de 10 % en février 2016 par rapport à l'année précédente. Selon une étude récente⁸, il faut en moyenne 13 mois pour qu'une destination se relève d'une attaque terroriste. Si ces délais peuvent sembler longs, le tourisme peut mettre encore plus de temps pour se rétablir après une épidémie (21 mois), une catastrophe naturelle (24 mois) ou une vague d'agitation politique (27 mois). La perception et l'image des destinations du sud et de l'est de la Méditerranée étant souvent générales et indifférenciées pour les touristes provenant des pays du Nord, les troubles dans une destination même lointaine se répercutent par une chute des arrivées dans les autres destinations, même celles qui sont stables et sûres.

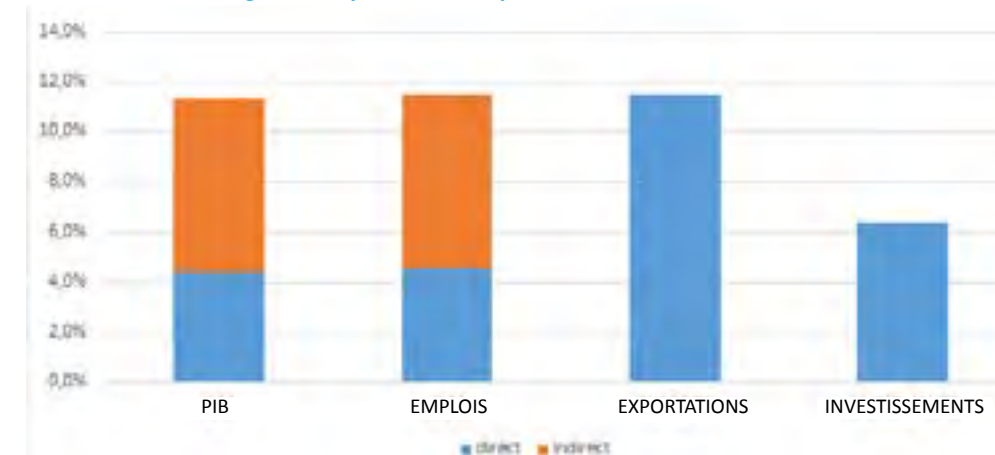
⁸ <http://www.telegraph.co.uk/travel/news/terrorism-has-the-smallest-impact-on-tourism-industries/>

Figure 3 : Évolution des Arrivées de Touristes Internationaux (ATI) dans les pays méditerranéens (1995-2014)



Source : Plan Bleu, 2016 (élaboré à partir des données de l'OMT, 2016)

Figure 4 : Impact économique du tourisme en Méditerranée



Source : Plan Bleu, 2016 (élaboré à partir des données du WTTC, 2015)

2.1.3. La valeur du tourisme international

Le tourisme est l'un des secteurs économiques les plus importants de la région méditerranéenne, notamment pour les pays (ou régions de pays) dont l'industrie et l'agriculture sont peu développés. Comme le montre le tableau ci-dessous (Tableau 3), l'analyse globale des pays de la Méditerranée fait apparaître une évolution positive pour l'avenir si l'on prend en compte tous les principaux indicateurs économiques.

2.1.4. Tendances macro-économiques

D'après une étude récente de WWF, la Méditerranée fait actuellement face à une véritable « ruée vers l'or bleu »⁹. Selon cette étude, sans vision à long terme pour le développement durable, la mer Méditerranée ne pourra pas soutenir notre économie ni notre bien-être : on s'attend à ce que les activités liées à la mer, y compris le transport maritime, le tourisme, l'aquaculture et bien d'autres domaines connaissent une croissance importante au cours des 15 prochaines années. Cela génère de plus en plus de compétition pour des espaces et des ressources marines déjà limités, ce qui engendrera une pression encore plus grande sur un écosystème déjà perturbé.

2.2. LES PRODUITS DE TOURISME ET LEURS IMPACTS

Cette section examine les principaux produits touristiques disponibles dans la région méditerranéenne et passe en revue les impacts associés à ces produits sur les écosystèmes environnementaux, économiques et sociaux de la région.

2.2.1. Le tourisme balnéaire

Le tourisme balnéaire en Méditerranée a bénéficié et contribué au phénomène de la démocratisation des vacances. La région propose en effet des séjours de détente accessibles géographiquement et financièrement, autour du modèle des 3S (sea, sand and sun). Les packs de voyages organisés qui proposent des vols à bas prix, hébergement confortables et repas bon marché ont considérablement augmenté les flux touristiques en direction des littoraux méditerranéens. Au fil des années, le modèle 3S s'est enrichi d'équipements supplémentaires : terrains de golf, piscines, parcs d'attraction, etc. Le schéma de voyage des touristes a lui aussi évolué : là où auparavant les vacanciers passaient toutes leurs vacances dans un même lieu pendant une période relativement longue, ils préfèrent aujourd'hui s'évader plus souvent dans l'année en effectuant des séjours plus brefs.

D'une manière générale, le rapport entre les bénéfices économiques, le plus souvent captés par de gros opérateurs internationaux, et les transformations sociales et environnementales qui en résultent localement restent problématique. Les communautés locales se soucient de plus en plus de préserver leurs richesses naturelles, économiques et sociales des impacts négatifs qui peuvent résulter du développement d'installations touristiques. Le tourisme terrestre, qui se concentre principalement dans les zones côtières, représente un cas emblématique des problématiques associées au déploiement incontrôlé des activités humaines¹⁰.

En particulier, le tourisme balnéaire est associé aux problématiques suivantes :

- Urbanisation linéaire et côtière (littoralisation), conduisant à un épuisement de la ressource précieuse mais très limitée que représentent les zones côtières ;
- Pollution de l'eau, production de déchets et rejet des déchets en mer ;
- Surconsommation de ressources naturelles limitées (eau, etc.), en particulier pendant la saison estivale ;
- Dégradation des terres, perte de la biodiversité et altération de la valeur esthétique des paysages ;
- Emission de gaz à effet de serre, due à une mauvaise gestion et au manque d'efficacité énergétique ;
- Obsolescence du modèle 3S, faible niveau de compétitivité, de résilience et d'innovation ;
- Mauvaise qualité des emplois créés (emplois saisonniers, à bas salaires, non qualifiés, souvent à temps partiel...) ;
- Fuites économiques ou répartition déséquilibrée des revenus du tourisme ;
- Manque d'intégration des besoins du tourisme durable dans la planification des autres secteurs.

2.2.2. Le tourisme de croisière

La mer Méditerranée fait partie des principales régions de croisières du monde : la région a reçu 27 millions de passagers en 2013, un nombre en augmentation constante à raison d'environ 5 % par an. Les infrastructures de croisières sont établies sur la rive Nord : 75 % des ports de Méditerranée se trouvent en Italie, Espagne, France, Grèce, Croatie et Slovénie, tandis que 9 % des ports sont en Turquie et à Chypre, et 7 % en Afrique du Nord¹¹.

En plus de ce déséquilibre en termes de répartition géographique, le marché des croisières est extrêmement concentré et détenu par un petit nombre de sociétés multinationales qui ont la capacité de financer les investissements colossaux nécessaires pour produire et faire fonctionner les navires de croisière modernes. Bien que les installations et les navires modernes aient réduit considérablement leurs impacts sur l'environnement, ceux-ci restent une source énorme de pollution atmosphérique, sonore et marine du fait de la taille des nouveaux navires qui peuvent accueillir jusqu'à 8 000 passagers : l'équivalent de la population d'une petite ville de Méditerranée. « *La pollution atmosphérique générée par ces géants des mers empire chaque année. En effet, le secteur des croisières est celui qui a connu la croissance la plus rapide dans toute l'industrie du tourisme de masse, avec des navires de plus en plus gros* »¹². L'arrivée de si grands nombres de visiteurs dans les villes compactes de la Méditerranée crée de graves conflits pour l'utilisation de l'espace, ce qui nuit à l'expérience des voyageurs.

12 <https://www.theguardian.com/environment/2016/may/21/the-worlds-largest-cruise-ship-and-its-supersized-pollution-problem>

En particulier, les problématiques suivantes sont associées au tourisme de croisière¹³ :

- Production de déchets, rejet de déchets en mer et pollution atmosphérique sévère ;
- Pollution de l'eau causée par les systèmes d'égouts des navires et le non-traitement des eaux usées ;
- Dépendance vis-à-vis de grosses sociétés internationales ;
- Médiocrité de l'expérience des voyageurs et interaction déséquilibrée avec les populations locales ;
- Conflits pour l'utilisation de l'espace et saturation des zones urbaines ;
- Répartition déséquilibrée des revenus du tourisme ;
- Nature très saisonnière de l'activité, avec les effets qui en découlent ;
- Manque de systèmes de suivi des flux et des impacts du tourisme.

13 Plan Bleu (2011). *Croisières et plaisance en Méditerranée*, http://planbleu.org/sites/default/files/publications/2-1-fr_croisiereplaisance.pdf

Tableau 3 : Impact économique du voyage et du tourisme en Méditerranée

Indicateur économique	Tendances	2014	2025
PIB (contribution directe)	La contribution directe du tourisme et des voyages au PIB était de 402,1 milliards de dollars US (4,4 % du PIB total) en 2014. Une augmentation annuelle de 2,9 % est prévue pour 2015, qui atteindra 3 % annuels dans les dix années suivantes, pour arriver à la somme de 556,6 milliards de dollars US (4,8 % du PIB total) en 2025.	402,1 milliards de dollars US (4,4 % du PIB total)	556,6 milliards de dollars US (4,8 % du PIB total)
PIB (contribution totale)	La contribution totale du tourisme et des voyages au PIB était de 1 019,0 milliards de dollars US (11,3 % du PIB) en 2014. Une augmentation annuelle de 2,9 % est prévue pour 2015, qui atteindra 2,8 % annuels dans les 10 années suivantes, pour arriver à la somme de 1 375,5 milliards de dollars US (11,9 % du PIB total) en 2025.	1 019,0 milliards de dollars US (11,3 % du PIB)	1 375,5 milliards de dollars US (11,9 % du PIB)
Emploi (contribution directe)	En 2014, le tourisme et les voyages ont directement généré 7 795 000 emplois (4,6 % du nombre total d'emplois). Ce nombre devrait s'accroître de 3,4 % en 2015, puis augmenter de 2,2 % par an au cours des dix années suivantes pour atteindre 10 006 000 emplois (5,1 % du nombre total) en 2025	7 795 000 emplois (4,6 % du nombre total d'emplois).	10 006 000 emplois (5,1 % du nombre total d'emplois)
Emploi (contribution totale)	En 2014, la contribution totale du tourisme et des voyages à l'emploi était, en comptant les emplois générés indirectement par le secteur, de 11,5% du nombre total d'emplois (19 628 000 emplois). Ce nombre devrait s'accroître de 2,9% en 2015 pour atteindre 20 197 500 emplois, puis augmenter de 1,8% par an au cours des 10 années suivantes pour atteindre 24 217 000 emplois (12,3% du nombre total) en 2025.	19 628 000 emplois (11,5 % du nombre total d'emplois)	24 217 000 emplois (12,3 % du nombre total d'emplois)
Exportations des visiteurs	Les exportations des visiteurs ont généré 313,7 milliards de dollars US (11,5 % du total des exportations) en 2014. Ce nombre devrait s'accroître de 3,7 % en 2015, puis augmenter de 3,5 % par an au cours des 10 années suivantes pour atteindre 457,8 milliards de dollars US en 2025 (11 % du total des exportations)	313,7 milliards de dollars US (11,5 % du total des exportations)	457,8 milliards de dollars US (11 % du total des exportations)
Investissements	Les investissements liés au voyage et au tourisme en 2014 étaient de 113,4 milliards de dollars US, soit 6,4% du total des investissements. Ce nombre devrait s'accroître de 3,1% en 2015, puis augmenter de 3,3% par an au cours des 10 années suivantes pour atteindre 162,4 milliards de dollars US (7,0% du total des investissements) en 2025.	113,4 milliards de dollars US (6,4% du total des investissements)	162,4 milliards de dollars US (7,0% du total des investissements)

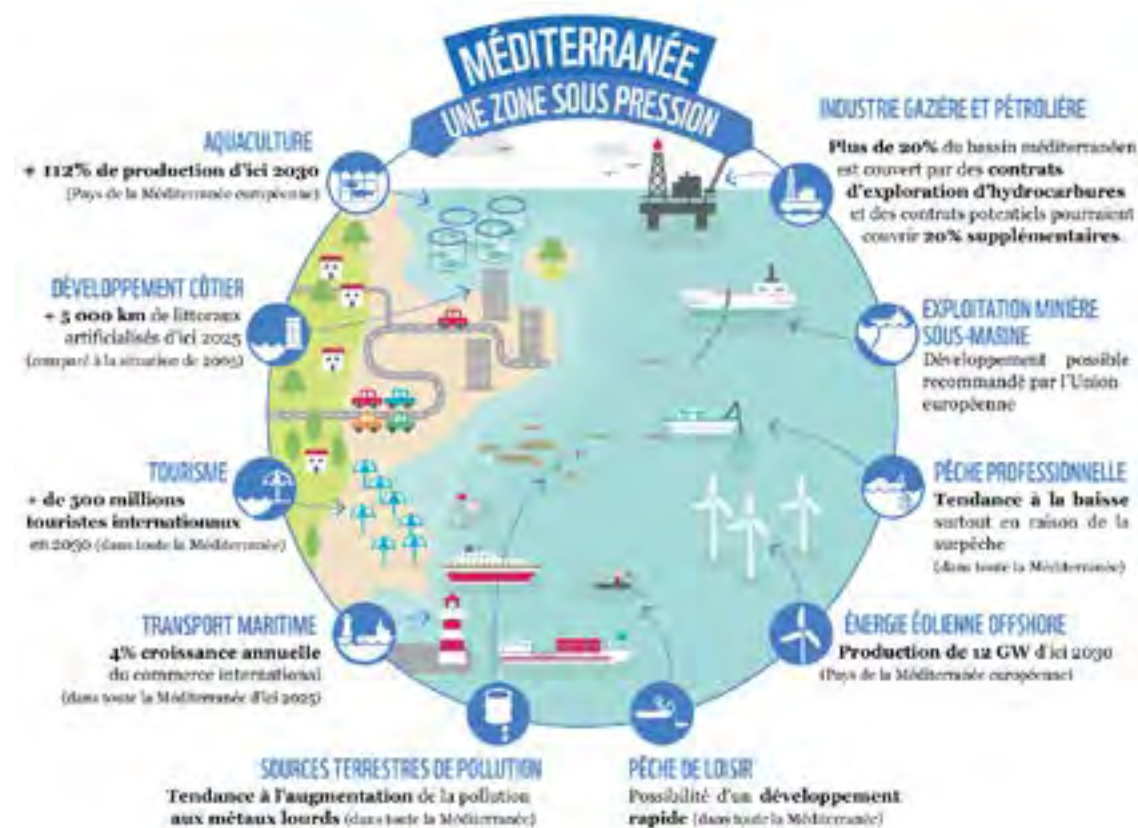
Source : Plan Bleu, 2016 (élaboré à partir des données du WTTC, 2015)

9 WWF-France (2015). *Croissance bleue : la Méditerranée face au défi du bon état écologique*.

10 Plan Bleu (2012). *Tourisme en Méditerranée : un moteur du développement durable ?* Notes n°24

11 MedCruise Association (2014). *Cruise activities in MedCruise ports: Statistics 2013* : http://www.medcruise.com/sites/default/files/cruise_activities_in_medcruise_ports-statistics_2013.pdf

Figure 5 : Tendances macroéconomiques en Méditerranée



Source : WWF, 2015

2.2.3. Tourisme de nature, tourisme rural et écotourisme

Le tourisme de nature, le tourisme rural et l'écotourisme sont des produits conçus pour offrir des activités durables et responsables au sein des communautés. L'écotourisme en particulier s'est développé avec succès dans les parcs nationaux, les réserves naturelles et les aires marines protégées dans tous les pays du pourtour méditerranéen. Il a pour but de contribuer activement à la préservation de la nature et de la biodiversité, en générant des revenus locaux qui peuvent être réinvestis dans la restauration et la protection d'écosystèmes vulnérables.

Au sein des expériences de tourisme rural, l'agrotourisme s'est développé de façon exponentielle dans la plupart des pays d'Europe méditerranéenne depuis les années 80, en proposant un mélange d'agriculture et de tourisme qui apporte des retombées sociales, environnementales et économiques pour les communautés d'accueil. Cette pratique a contribué à améliorer le revenu des agriculteurs et favorise la création d'emplois locaux grâce aux restaurants et aux hébergements ruraux où les visiteurs peuvent découvrir des produits de la ferme

traditionnels tout en profitant de l'hospitalité des communautés locales. Les touristes apprennent ainsi à apprécier les aspects culturels et éducatifs et les divertissements offerts par les régions rurales.

Le tourisme de nature, le tourisme rural et l'écotourisme posent cependant certains problèmes :

- Manque de connaissance en termes d'altération de l'environnement naturel, en particulier dans des écosystèmes vulnérables ;
- Manque de programmes indépendants d'évaluation et de suivi des impacts environnementaux ;
- Difficultés à identifier correctement et à promouvoir les activités de tourisme vraiment durables ;
- Evasion fiscale due à la dispersion géographique et à la prédominance des entreprises individuelles ;
- Capacité d'accueil limitée et coûts plus élevés pour les visiteurs ;
- Contrôle et réglementation officiels limités du tourisme rural et de l'écotourisme, qui doivent demeurer un « tourisme de niche » pour ne pas produire d'effets négatifs sur la population et les territoires locaux.

2.2.4. Le tourisme culturel

Les villes méditerranéennes et en particulier ses capitales historiques sont appréciées dans le monde entier. Au cours des dernières décennies, l'attractivité des villes culturelles s'est développée grâce à la restauration des centres historiques, au développement de musées modernes et à des campagnes de sensibilisation de grande envergure sur les marchés internationaux. Par ailleurs, une nouvelle perspective est apportée au tourisme culturel par le tourisme religieux – particulièrement dans les pays du sud et de l'est de la Méditerranée (PSEM) – qui représente déjà de 15 % à 20 % des arrivées de touristes internationaux, en provenance non seulement d'Europe ou de pays éloignés, mais aussi de la région méditerranéenne elle-même¹⁴.

Ces produits présentent cependant des aspects négatifs évidents. En particulier, le tourisme culturel est associé aux problématiques suivantes :

- Conflit pour l'usage de l'espace dû à la saturation des centres urbains ;
- Standardisation et internationalisation de l'offre en produits de consommation, en hébergements et en services ;
- Altération de l'identité culturelle locale et gentrification ;
- Altération de la valeur esthétique des sites historiques et culturels ;
- Déséquilibre de la relation entre habitants et visiteurs du fait des écarts culturels, sociaux et économiques ;
- Manque de réglementations publiques et de structuration du marché ;
- Vulnérabilité à l'instabilité (géo)politique et à l'insécurité ;
- Mauvaise gouvernance et faiblesses dans la gestion des destinations.

2.2.5. Tourisme d'affaires

Le secteur du tourisme d'affaires (ou MICE : Meetings, Incentives, Conferences and Events) est en croissance rapide dans le monde entier. Les rassemblements professionnels, conférences thématiques, événements culturels et voyages de motivation sont une offre particulièrement intéressante pour les destinations méditerranéennes car elles ont généralement lieu hors-saison dans divers lieux géographiques, tout en fournissant une capacité de dépense élevée. Du fait que l'Europe représente une clientèle importante pour le tourisme d'affaires (en particulier l'Allemagne, le Royaume-Uni et la France), les destinations méditerranéennes sont les mieux placées pour avoir accès à une partie de ce marché de niche.

Le tourisme d'affaires évolue progressivement vers plus de durabilité, avec la mise en place de programmes de gestion environnementale et sociale pour satisfaire à la demande d'opérateurs et de consommateurs plus responsables. Cependant, l'arrivée en masse de touristes dotés d'un pouvoir d'achat élevé dans des installations souvent chères ne contribue guère à entretenir une interaction équilibrée, respectueuse et fructueuse entre visiteurs et habitants.

En particulier, les problématiques suivantes ont été identifiées en ce qui concerne le tourisme d'affaires :

- Conflits pour l'usage de l'espace dus à la saturation des centres urbains ;
- Standardisation de l'offre en produits de consommation et en restauration ;
- Manque de systèmes de suivi stables pour mesurer les flux touristiques et leurs impacts ;
- Manque de prestataires de services durables/écologiques pour le tourisme d'affaires ;
- Faible interaction entre visiteurs et habitants ;
- Superficialité de l'expérience des visiteurs ;
- Distribution déséquilibrée des profits économiques et sociaux ;
- Dépendance vis-à-vis des marchés et des opérateurs internationaux.

2.3. PRINCIPAUX ENJEUX

2.3.1. Méthodologie

Lorsque l'on examine les problématiques, défis et manques actuels, il apparaît clairement que l'approche à adopter pour aborder un phénomène comme le tourisme, qui exerce sur la région méditerranéenne des pressions dépendant de forces motrices variées, doit être une approche holistique. Une analyse des travaux de recherche et des cadres politiques existants montre clairement que le tourisme ne peut être considéré comme un champ d'activité isolé du fait de sa nature transversale : le secteur est en effet affecté par de nombreuses autres activités humaines et écosystèmes naturels, qu'il impacte en retour.

C'est pourquoi nous avons choisi dans ce rapport de structurer l'analyse à partir du concept élémentaire de durabilité, en distinguant ses différents piliers (environnemental, social, économique et culturel), afin d'identifier les principales pressions générées par les différentes formes de tourisme. Un cinquième élément sur la gouvernance a été ajouté, en intégrant les questions de participation avec les parties prenantes sur toute la filière et le cycle de vie des produits et services du tourisme.

2.3.2. Evaluations précédentes

En 2011, une évaluation de la mise en œuvre de la première Stratégie méditerranéenne pour le développement durable (SMDD 2005-2015) a été menée par l'Overseas Development Institute¹⁵. Cette étude identifie les manques et les problématiques récurrentes, qui ont servi de base à la révision de la stratégie pour les périodes suivantes. Plus récemment, le Plan Bleu a entrepris de passer en revue les éléments liés au tourisme contenus dans la SMDD 2005-2015¹⁶, en identifiant et en segmentant les différentes problématiques devant être traitées par les politiques régionales (Tableau 4).

¹⁵ Evaluation de la mise en œuvre de la SMDD au cours de la période 2005-2010, juin 2011, Rapport de l'ODI, ONU Environnement/PAM.

¹⁶ Plan Bleu, 2016. Mediterranean Strategy for Sustainable Development 2005-2015: Assessment of Tourism Component

¹⁴ CASE - Center for Social and Economic Research (2011). *Tourism in the MED 11 Countries*

2.3.3. Problématiques identifiées

Si l’on dresse un bilan de la situation actuelle du tourisme en Méditerranée et des conclusions des évaluations existantes, les évolutions laissent présager incontestablement une augmentation très nette des pressions aux niveau local et régional, ce qui menace la durabilité environnementale et sociale des destinations ainsi que la viabilité économique du secteur. Malgré une meilleure prise de conscience des risques sociétaux liés au développement du tourisme, les principes de durabilité ne sont toujours pas appliqués de manière généralisée dans la gestion des infrastructures et des destinations.

Certains problèmes restent sans solution. De nombreux défis sont encore à affronter et de nombreuses questions restent ouvertes les principes de durabilité ne sont toujours pas appliqués de manière généralisée dans la gestion des infrastructures et des destinations. Certains problèmes restent sans solution. De nombreux défis sont encore à affronter et de nombreuses questions restent ouvertes Les principales problématiques qui affectent les piliers de la durabilité dans le secteur du tourisme sont résumées ci-dessous dans la Figure 6 et le Tableau 5.

Tableau 4: Problématiques liées au tourisme, d’après l’analyse de la SMDD 2005-2015

Problématique	Explication
Prédominance du tourisme côtier	Le tourisme se résume principalement à un modèle reposant sur des stations balnéaires saisonnières. On prévoit qu’environ 637 millions de touristes (internationaux et nationaux) visiteront la région d’ici à 2025. Environ la moitié d’entre eux séjourneront dans des régions côtières.
Distribution inégale des revenus du tourisme, manque de contrôle de la part des acteurs locaux	La compétition intense entre destinations touristiques est exacerbée par les pratiques commerciales des principaux tour-opérateurs et par le manque de capacités au niveau local pour surveiller les pratiques non-durables dans le développement du tourisme.
Standardisation de l’offre touristique et saturation des destinations matures	On observe une certaine standardisation des offres s’adressant aux touristes et une baisse de la qualité dans les destinations existantes ou en développement. Cette situation a été encouragée par les politiques publiques qui mettent l’accent sur le nombre de touristes plutôt que sur la valeur ajoutée, la diversité et le développement socio-culturel. Bien que le tourisme soit important pour l’économie de nombreux pays, ses résultats n’ont pas suffisamment profité au développement local.
Externalités négatives des activités touristiques	Les impacts environnementaux qui affectent les territoires (émissions de gaz à effet de serre, bruit, production de déchets, consommation d’espace et dégradation des paysages, des zones côtières et des écosystèmes) ne sont pas pris en compte dans les statistiques économiques nationales liées au tourisme.

Source : Plan Bleu, 2016

Figure 6: Principaux problèmes identifiés dans le secteur du tourisme en Méditerranée (infographie)



Tableau 5 : Principaux problèmes identifiés dans le secteur du tourisme en Méditerranée

1 ENVIRONNEMENT : dégradation des écosystèmes et des ressources naturelles	
1.1	Dégradation des sols et fragmentation des terres dues à la construction et au fonctionnement d’équipements de tourisme et de transport (complexes touristiques, hôtels, ports, aéroports...), ainsi qu’à l’offre de produits et de services (excursions...) ; urbanisation linéaire et côtière (littoralisation).
1.2	Altération des écosystèmes côtiers et perte de la biodiversité dues à la construction et à l’utilisation d’installations de tourisme.
1.3	Production de déchets et pollution de l’eau et de la mer, causées par les équipements de tourisme et de transport (complexes touristiques, hôtels, croisières...).
1.4	Pollution atmosphérique et émission de gaz à effet de serre, dues à l’utilisation d’énergies fossiles pour le transport et pour la climatisation des installations.
1.5	Pollution sonore et lumineuse dans les zones urbaines et les environnements naturels, due aux transports, aux masses humaines et au fonctionnement des équipements.
1.6	Epuisement des ressources naturelles, en particulier de l’eau potable, de l’énergie et des produits alimentaires, par les équipements de tourisme (complexes touristiques, hôtels).
2. SOCIÉTÉ : inégalités, précarité de l’emploi et non-garantie des droits fondamentaux	
2.1	Propriété limitée des entreprises du secteur du tourisme par les habitants des régions, qui se contentent généralement de faire fonctionner des petites entreprises informelles et précaires.
2.2	Désaccords sur le partage des ressources (en particulier l’eau et l’énergie) entre habitants et équipements touristiques, un problème accentué par le changement climatique.
2.3	Conflits pour l’usage de l’espace, dus à la saturation des territoires et à l’exclusion de la population des zones historiques, des sites culturels et des équipements touristiques; phénomènes de gentrification.
2.4	Qualité médiocre des emplois dans le secteur du tourisme (emplois informels, saisonniers, non-qualifiés, à temps partiel et mal payés).
2.5	Gaspillage de ressources limitées en énergie, eau et produits alimentaires, dû à une mauvaise gestion des équipements ou des services de tourisme.
2.6	Fuite de capital humain due à l’attractivité des emplois dans le tourisme auprès des jeunes, qui les conduisent à abandonner leurs études prématurément.
3. ÉCONOMIE : faibles bénéfices, manque de compétitivité et faible capacité de résilience	
3.1	Obsolescence des modèles traditionnels de tourisme en Méditerranée (les 3S : sea, sand, sun ; le tourisme de masse).
3.2	Déséquilibre dans la répartition des revenus générés par le tourisme entre les propriétaires/gestionnaires des biens et les acteurs locaux (fuites économiques).
3.3	Dépendance vis-à-vis des tour-opérateurs étrangers et des marchés internationaux.
3.4	Insuffisance des investissements dans l’innovation et la recherche, dans la modernisation des équipements et dans le développement du capital humain.
3.5	Mauvaise gestion des équipements de tourisme et de voyage, avec un faible taux d’efficacité de l’usage des ressources et des faibles marges.
3.6	Manque de résilience au changement climatique, aux perturbations géopolitiques et aux incidents sécuritaires.
4. CULTURE : dégradation du patrimoine, des valeurs traditionnelles et des identités locales	
4.1	Altération de l’identité locale due à la standardisation, à l’homogénéisation et à la mondialisation des équipements et des produits de tourisme.
4.2	Dégradation de l’esthétique, de l’authenticité et de la valeur historique et culturelle des centres villes, des paysages et des sites patrimoniaux, causée par le surpeuplement et par la prolifération des magasins de souvenirs et de cadeaux.
4.3	Déséquilibre des relations entre habitants et visiteurs du à un décalage culturel, social ou économique.
4.4	Manque de conscience, de connaissance et de sensibilité des visiteurs aux valeurs culturelles, aux traditions et aux patrimoines locaux.
4.5	Superficialité de l’expérience touristique, qui n’offre pas un échange fructueux et équitable entre la population locale et les visiteurs.

5. GOUVERNANCE : manque d'un suivi fiable, défaillance de la gouvernance et inefficacité des programmes de coopération	
5.1	Manque d'implication des communautés locales dans la planification et la gestion des activités et des équipements de tourisme.
5.2	Inexistence ou inefficacité des programmes de dialogue et de coopération entre parties prenantes à l'échelle locale, nationale et régionale.
5.3	Manque de données complètes, fiables et cohérentes sur les flux, les impacts et les évolutions du tourisme.
5.4	Mise en œuvre inefficace et manque d'application des réglementations locales, nationales et régionales.
5.5	Faible résilience à l'instabilité (géo)politique, aux perturbations sociales et aux incidents sécuritaires, qui endommagent la réputation et l'attractivité des destinations.
5.6	Manque de coopération et d'intégration entre et avec les autres secteurs (agriculture, logement, etc.), au cours des phases de planification, de financement et de fonctionnement.

Source : Plan Bleu, 2016

Une fois identifiées les principales problématiques sociales, environnementales et économiques liées au secteur du tourisme, il est possible de formuler une vision et de proposer un ensemble d'objectifs, d'orientations stratégiques et d'actions pour créer un tourisme méditerranéen plus durable (Chapitre 4).



Marbella, Espagne

3. EXAMEN DES CADRES INSTITUTIONNELS

Ce chapitre présente les cadres institutionnels internationaux et régionaux qui s'appliquent au tourisme durable dans la région méditerranéenne.

3.1. CADRES INTERNATIONAUX

Pour garantir une cohérence entre les Orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée et les cadres internationaux et régionaux existants, on trouvera ci-dessous un aperçu des principales politiques internationales qui se rapportent à cette question.

3.1.1. Principes du tourisme durable définis par l'OMT et l'ONU Environnement

Dans leur rapport « Vers un tourisme durable »¹⁷ publié en 2005, l'Organisation Mondiale du Tourisme des Nations Unies (OMT) et le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (ONU Environnement) ont identifié douze objectifs pour un tourisme durable (Encadré 2). Ce document définit un vaste cahier des charges pour le tourisme durable : il s'agit tout autant d'apporter des bénéfices économiques aux destinations touristiques et aux communautés, en créant des entreprises viables et créatrices d'emploi dans le tourisme, que de minimiser les effets négatifs du secteur sur les écosystèmes naturels et sociaux.

3.1.2. La Déclaration Rio+20

En 2012, un effort renouvelé pour clarifier l'interaction entre environnement et développement est déployé au sein de la Conférence sur le développement durable (CNUDD) Rio+20 des Nations Unies. Ces idées sont formulées dans « L'avenir que nous voulons », une déclaration qui a pour objectif la promotion du développement durable sur les plans économique, social et environnemental. Celle-ci affirme (Encadré 3) qu'un tourisme bien géré peut apporter une contribution substantielle au développement durable car il est interconnecté à tous les autres secteurs économiques. Les actions demandées par la déclaration sont les suivantes :

- Appuyer les activités liées au développement durable du tourisme et le renforcement des capacités à cet égard ;
- Promouvoir les investissements dans le développement durable du tourisme, notamment dans les PME des secteurs de l'écotourisme et du tourisme culturel ;
- Définir des directives et des règlements visant à promouvoir et à favoriser ce type de tourisme.

17 OMT et ONU Environnement (2005). Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers : <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>

Encadré 2 : Objectifs de l'OMT et d'ONU Environnement pour un tourisme durable

1. **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. **Prospérité à l'échelle locale** : 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. **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. **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. **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. **Contrôle local (régulation)** : 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. **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, 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 sont susceptibles de 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. **Intégrité (pureté) environnementale** : Minimiser la pollution de l'air, de l'eau et des sols, ainsi que la génération de déchets par les entreprises de tourisme et les visiteurs.

Source : OMT et ONU Environnement, 2005: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>

Encadré 3 : Le tourisme durable dans la Déclaration « L’avenir que nous voulons »

130. Nous soulignons qu’un tourisme bien conçu et bien organisé peut apporter une contribution non négligeable au développement durable dans ses trois dimensions, qu’il est étroitement lié à d’autres secteurs et qu’il peut créer des emplois décents et des débouchés commerciaux. (...)

131. Nous encourageons la promotion d’investissements dans le développement durable du tourisme, notamment dans l’écotourisme et le tourisme culturel, qui peuvent donner lieu à la création de petites et moyennes entreprises et faciliter l’accès au financement, notamment grâce à des initiatives de microcrédit pour les pauvres, les populations autochtones et les communautés locales (...).

Source : CNUDD, 2012¹⁸

18 <http://icr.UN-WTO.org/en/content/rio20-future-we-want>

3.1.3. Le Cadre décennal de programmes (10YFP) sur le tourisme durable de l’OMT

En 2014, l’OMT a lancé son Programme décennal sur le tourisme durable dans le contexte du Cadre décennal de programmes sur la consommation et la production durables (10YFP), validé lors du sommet Rio+20. Sa vision est la suivante : « **un secteur du tourisme adoptant à l’échelle mondiale des pratiques de production et de consommation durables, améliorant par conséquent ses performances environnementales et sociales, ainsi que ses résultats économiques** ». Les objectifs du programme sont présentés ci-dessous (Tableau 6).

Tableau 6 : Programme décennal Tourisme Durable de l’OMT et d’ONU Environnement – Objectifs

• Intégrer des schémas de consommation et de production durables (CPD) dans les cadres et politiques du tourisme	• Intégrer les principes et les objectifs de CPD pour le développement durable • Suivre l’avancement de la mise en œuvre des politiques
• Favoriser la collaboration entre les différentes parties prenantes du tourisme pour améliorer les résultats du secteur en matière de CPD	• Partager les données et échanger les informations • Favoriser les actions communes et la collaboration des parties prenantes • Renforcer les capacités des parties prenantes • Instaurer des cadres et systèmes de suivi
• Encourager l’application de lignes directrices, d’instruments et de solutions techniques pour prévenir et atténuer les impacts négatifs du tourisme	• Développer des outils pour les lieux de destination et les entreprises de tourisme • Conduire des recherches et des actions sur des thèmes prioritaires dans la chaîne de valeur du tourisme • Influencer les choix et les comportements des consommateurs
• Améliorer les investissements et le financement du tourisme durable	• Promouvoir l’utilisation d’outils d’investissement et de financement du tourisme durable • Permettre et généraliser les investissements et les financements pour le tourisme durable

Source : OMT et ONU Environnement, 2015¹⁹

19 <http://sdt.UN-WTO.org/sustainable-tourism-10yfp>; <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/brochure10yfpstpenupdated17oct2016.pdf>

3.1.4. Les Objectifs de Développement Durable (ODD) de l’ONU

En septembre 2015, l’assemblée générale de l’Organisation des Nations Unies a adopté l’Agenda 2030 de développement durable. Ce programme définit dix-sept objectifs de développement durable (ODD). Si chacun de ces ODD a un impact sur le tourisme²⁰, certains d’entre eux concernent plus explicitement ce secteur. (Encadré 4)

20 [http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417254\(Box4\)](http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417254(Box4))

Encadré 4 : ODD relatifs au tourisme

Objectif 8. Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous :

- Cible 8.9 : D’ici à 2030, élaborer et mettre en œuvre des politiques visant à développer un tourisme durable qui crée des emplois et mette en valeur la culture et les produits locaux

Objectif 12. Établir des modes de consommation et de production durables :

- Cible 12b : Mettre au point et utiliser des outils de contrôle des impacts sur le développement durable pour un tourisme durable qui crée des emplois et met en valeur la culture et les produits locaux

Objectif 14. Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable :

- Cible 14.7 : D’ici à 2030, faire mieux bénéficier les petits États insulaires en développement et les pays les moins avancés des retombées économiques de l’exploitation durable des ressources marines, notamment grâce à une gestion durable des pêches, de l’aquaculture et du tourisme

Source : Agenda 2030 de développement durable – ODD, 2015

3.2. CADRES EUROPÉENS

Au niveau européen, les principales références en termes de cadres légaux et politiques sont les documents développés par la Commission européenne et les institutions européennes qui y sont rattachées.

3.2.1. Commission européenne

En 2010, les ministres du Tourisme des pays de l’UE ont adopté une déclaration « Pour un modèle de tourisme socialement responsable » (Déclaration de Madrid, 15 avril 2010)²¹. Dans cette déclaration, plusieurs recommandations sont énoncées pour un tourisme plus durable :

- Intégrer le tourisme dans les politiques de la Communauté européenne et garantir une coordination adéquate des différentes politiques susceptibles d’avoir un impact sur le tourisme ;
- Faciliter l’accès aux vacances pour les groupes à mobilité réduite ainsi que pour les personnes socialement ou économiquement défavorisées ;
- Promouvoir l’importance de l’innovation, de la recherche et des techniques d’information et de communication pour la compétitivité de l’industrie du tourisme européenne ;
- Généraliser la durabilité dans les secteurs liés au tourisme (notamment les transports et le traitement des déchets et de l’eau).

En 2014, la Commission européenne a publié une communication intitulée « Une stratégie européenne pour plus de croissance et d’emploi dans le tourisme côtier et maritime »²² (Encadré 5). Ce document examine les défis qui doivent être affrontés et propose une stratégie pour renforcer la durabilité et la compétitivité du secteur.

3.2.2. Le secteur du tourisme en Europe

Publié en 2015 à l’occasion de la Journée européenne du tourisme, le « Manifeste du tourisme pour la croissance et l’emploi »²³ souligne les principales priorités pour les politiques du tourisme s’adressant à l’industrie, aux entreprises et aux associations environnementales, sur différents thèmes allant de la formation et des qualifications à la durabilité et à la compétitivité du secteur européen du tourisme (Encadré 6).

21 <http://register.consilium.europa.eu/doc/srv?l=EN&f=ST%209864%202010%20INIT>

22 http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/policy-overview/index_en

23 <http://www.tourismmanifesto.eu>

Encadré 5 : Stratégie européenne pour le tourisme côtier et maritime

- Combattre les pressions sur l’environnement, au moyen des actions suivantes :
 - Favoriser l’écotourisme, en utilisant les indicateurs de l’EMAS et de l’Ecolabel ;
 - Promouvoir la mise en œuvre du protocole de la Convention de Barcelone relatif à la gestion intégrée des zones côtières, la planification de l’espace maritime et l’infrastructure verte ;
 - Promouvoir des stratégies en matière de prévention et de gestion des déchets, ainsi que de déchets marins, pour soutenir le tourisme côtier et maritime durable.
- Promouvoir une offre innovante, durable et de qualité, au moyen des actions suivantes :
 - Développer de nouveaux produits qui mettent en avant l’attractivité et l’accessibilité de l’archéologie côtière et marine, du patrimoine maritime, du tourisme sous-marin, et des activités du tourisme gastronomique et œnologique ;
 - Développer les principes de qualité du tourisme européen en vue d’améliorer la sécurité des consommateurs et leur confiance dans les services de tourisme.
- Insularité et isolement géographique : trouver des opportunités dans les contraintes géographiques, au moyen des actions suivantes :
 - Encourager la diversification et l’intégration des destinations côtières et intérieures présentant un intérêt, notamment grâce aux itinéraires thématiques transnationaux comme les itinéraires culturels et religieux ou les anciennes voies commerciales

Source : Union européenne, 2014

Encadré 6 : Manifeste du tourisme pour la croissance et l’emploi

- Planification stratégique pour une industrie du tourisme écologiquement durable (couvrant les systèmes, la technologie et les infrastructures) pour contribuer à la protection du climat et à la création d’emplois durables ;
- Assurer le soutien financier de l’UE pour les initiatives de tourisme de moyen et long termes sur toute la filière à l’échelle européenne ;
- Identifier et soutenir les bonnes pratiques pour la gestion des capacités et des lieux des destinations, afin de préserver la qualité de l’expérience des visiteurs ;
- Préserver l’emploi dans le secteur du tourisme et promouvoir des conditions de travail équitables pour tous les employés, y compris dans des sous-secteurs clés où le recrutement et le maintien dans l’emploi continuent de poser problème.

Source : Manifeste du tourisme pour la croissance et l’emploi, 2015

3.2.3. Initiative européenne de Tourisme durable pour le développement

En 2013, l’Agence de développement et de coopération de la Commission européenne a publié, en collaboration avec l’OMT, un rapport intitulé « Tourisme durable pour le développement »²⁴ qui a pour but de faire naître une perspective commune et d’inciter l’UE et les agences internationales d’aide au développement à s’engager en faveur du tourisme durable. Ce document définit cinq piliers et dix-sept sous-piliers qui doivent être au centre des politiques de tourisme durable (Encadré 7).

3.3. CADRES MÉDITERRANÉENS

Au niveau méditerranéen, la référence principale reste l’ensemble des décisions, protocoles et stratégies approuvés par les Parties contractantes de la Convention pour la protection du milieu marin et du littoral de la Méditerranée (Convention de Barcelone).

3.3.1. La Stratégie méditerranéenne pour le développement durable (SMDD 2005-2015)

La première version de la SMDD a été adoptée pour la période 2005-2015. Ce document définit parmi ses sept domaines d’intervention prioritaires les questions liées à la durabilité du tourisme, qui se déclinent en quatre objectifs et dix orientations (Tableau 7).

On trouvera une analyse plus détaillée des actions relatives au tourisme durable en Annexe 1.

3.3.2. La Stratégie méditerranéenne pour le développement durable 2016-2025 (SMDD 2016-2025)

Lors de leur 19ème réunion ordinaire (COP19) tenue en février 2016, les Parties contractantes de la Convention de Barcelone ont adopté la SMDD révisée pour la période 2016-2025. Développée au terme d’un processus complet et inclusif auquel ont participé les principales parties prenantes régionales et nationales, cette stratégie n’identifie pas d’objectif spécifiquement lié au tourisme, bien que la composante du tourisme apparaisse au sein de différentes orientations stratégiques (Tableau 8).

On trouvera en Annexe 2 une analyse plus détaillée des actions relatives au tourisme durable.

Encadré 7 : Piliers du tourisme durable pour le développement définis par l’OMT et l’UE

- 1. Politique du tourisme et gouvernance
 - 1.1 La position du tourisme dans les politiques et programmes de développement
 - 1.2 La politique du tourisme et le cadre réglementaire
 - 1.3 La gouvernance du tourisme et le contexte institutionnel
- 2. Performance économique, investissement et compétitivité
 - 2.1 Mesurer l’impact du tourisme et sa contribution à l’économie
 - 2.2 Commerce, investissement et environnement du monde des affaires
 - 2.3 Positionnement de marque, marketing et produit
 - 2.4 Résilience et gestion des risques
- 3. Emploi, travail décent et capital humain
 - 3.1 La planification des ressources humaines et des conditions de travail
 - 3.2 L’évaluation des compétences et l’offre de formation
- 4. Réduction de la pauvreté et inclusion sociale
 - 4.1 Une approche intégrée de réduction de la pauvreté par le tourisme
 - 4.2 Renforcer les initiatives touristiques en faveur des pauvres
 - 4.3 Inclure les groupes défavorisés dans le secteur du tourisme
 - 4.4 Prévenir les impacts sociaux négatifs
- 5. Durabilité de l’environnement naturel et culturel
 - 5.1 Le tourisme pour le patrimoine naturel et culturel
 - 5.2 Mettre l’accent sur la lutte contre le changement climatique
 - 5.3 Améliorer la durabilité du développement et de l’exploitation du tourisme
 - 5.4 Mesurer et suivre les impacts du tourisme

Source : OMT et Union européenne, 2013

Tableau 7 : SMDD 2005-2015, objectifs et orientations liés au tourisme

Objectif	Orientations liées au tourisme
1. Contribuer à promouvoir le développement économique en valorisant les atouts méditerranéens	- Promouvoir un tourisme durable - Valoriser les atouts méditerranéens et diversifier le tourisme - Accroître la valeur ajoutée de l’économie touristique pour les communautés locales dans les pays en développement
2. Réduire les disparités sociales en réalisant les Objectifs du Millénaire pour le Développement et en renforcer les identités culturelles	- Utiliser le tourisme pour aider à promouvoir la cohésion sociale et les valeurs culturelles
3. Changer les modes de production et de consommation non durables et assurer une gestion durable des ressources naturelles	- Réduire les pressions touristiques sur les sites environnementaux critiques - Meilleure gestion temporelle et spatiale des flux de touristes
4. Améliorer la gouvernance à l’échelle locale, nationale et régionale	- Coopération régionale, programme cadre pour l’écotourisme et labels - Gouvernance locale - Outils économiques. Formules de tourisme « pay back » - Capacités d’accueil

Source : SMDD 2005-2015

Tableau 8 : Orientations stratégiques et actions de la SMDD 2016-2025 faisant référence au tourisme

Objectif	Orientations stratégiques
Objectif 2 : Promouvoir la gestion des ressources, la production et la sécurité alimentaires au moyen de formes durables de développement rural	2.1 Promouvoir l’utilisation, la gestion et la conservation durables des ressources naturelles et des écosystèmes
	2.4 Promouvoir un développement rural inclusif et durable, avec un accent particulier sur l’éradication de la pauvreté, l’autonomisation des femmes et l’emploi des jeunes, y compris un accès équitable et durable aux services locaux de base pour les communautés rurales.
	2.5 Assurer l’accès des producteurs locaux aux canaux de distribution et marchés, y compris le marché du tourisme
Objectif 3 : Planifier et gérer des villes méditerranéennes durables	3.1 Appliquer des processus de planification territoriale holistiques et intégrés et autres instruments pertinents, améliorer le respect des obligations des règles et règlements respectifs, afin d’accroître la cohésion économique, sociale et territoriale et réduire les pressions sur l’environnement
	3.3 Promouvoir la protection et la réhabilitation des zones urbaines historiques
Objectif 4 : Aborder le changement climatique en tant que question prioritaire pour la Méditerranée	4.4 Encourager les réformes institutionnelles, politiques et réglementaires pour l’intégration effective des réponses aux changements climatiques dans les cadres de développement nationaux et locaux, en particulier dans le secteur de l’énergie
Objectif 5 : Transition vers une économie verte et bleue	5.3 Promouvoir des modèles de consommation et production durables

Source : ONU Environnement/PAM, SMDD 2016-2025, 2016

24 OMT & EuropeAid (2013). Guide « Le tourisme durable pour le développement »

3.3.3. Le Plan d'action régional sur la consommation et la production durable en Méditerranée (PA CPD, 2016)

Le PA CPD a été approuvé lors de la COP19, en même temps que la SMDD 2016-2025. Le PA CPD est structuré à partir de quatre secteurs économiques clé pour la région, dont le tourisme. Pour chaque secteur, le PA CPD établit un ensemble d'objectifs opérationnels et d'actions. En ce qui concerne le secteur du tourisme, les objectifs opérationnels sont les suivants :

- **Objectif 3.1** : Développer et promouvoir les pratiques et les solutions assurant une utilisation efficace des ressources naturelles et réduisant les impacts négatifs du tourisme sur l'environnement, tout en respectant les capacités d'accueil spatiales, écologiques et socio-culturelles du lieu de destination ;
- **Objectif 3.2** : Promouvoir des mesures de régulation, législatives et financières pour intégrer la CPD à la consommation et à la production dans le secteur du tourisme, afin de réduire la saisonnalité du tourisme, de créer des emplois verts et décents, et de promouvoir la participation active des communautés ;
- **Objectif 3.3** : Développer le niveau de sensibilisation, les capacités et les compétences techniques nécessaires au fonctionnement de destinations et de services touristiques verts ; promouvoir le développement d'outils de marketing et de communication adaptés pour un tourisme à la fois durable et compétitif en Méditerranée.

Enfin, on trouvera dans l'Annexe « Feuille de route pour la mise en œuvre » une liste des activités régionales correspondant à chaque priorité (voir Annexe 3), avec une estimation des coûts ainsi qu'une liste d'indicateurs, d'initiatives-phares et les principaux partenaires.

3.3.4. Le Protocole relatif à la gestion intégrée des zones côtières en Méditerranée (Protocole GIZC, 2008)

La GIZC est reconnue comme une solution d'avenir pour le développement durable des zones côtières. Cette approche se caractérise par l'apport de solutions intégrées pour répondre à la complexité des problématiques environnementales, sociales, économiques et institutionnelles qui affectent les zones côtières. Le Protocole GIZC a été développé pour offrir un cadre législatif commun aux Parties contractantes de la Convention de Barcelone pour la promotion et la mise en œuvre de la GIZC en Méditerranée. Le Protocole est entré en application en 2011 : il s'agit d'un texte juridiquement contraignant qui fait désormais partie du droit de l'UE. Le Protocole GIZC définit des spécifications se rapportant aux activités de tourisme, notamment dans ses articles 9 sur les Activités économiques²⁵ et 12 sur les îles²⁶.

25 Tourisme et activités de loisir

26 Prendre en compte les spécificités de l'environnement insulaire ainsi que la nécessité d'assurer une interaction entre les îles dans les stratégies nationales, plans et programmes côtiers et instruments de gestion, notamment dans les domaines des transports, du tourisme, de la pêche, des déchets et de l'eau.

3.3.5. Le Programme d'action stratégique pour la conservation de la diversité biologique en Méditerranée (PAS BIO, 2003)

Face à la complexité et à l'ampleur des pressions qui menacent la diversité marine et côtière, les Parties contractantes de la Convention de Barcelone ont estimé qu'une stratégie concertée était nécessaire pour les affronter. La version initiale du Programme d'action stratégique pour la conservation de la diversité biologique en Méditerranée (PAS BIO) a été adoptée par les Parties en 2003, afin de guider les pays au cours des quinze années à venir dans la planification et la mise en œuvre d'activités de conservation de la biodiversité, avec le soutien du centre d'activités régionales pour les aires spécialement protégées (CAR/ASP).

Le PAS BIO a pour but général de « *promouvoir les politiques sectorielles, les procédures et techniques respectueuses de la conservation de la biodiversité, en particulier en rapport avec la pêche, le tourisme, l'agriculture et les forêts* ». Le programme appelle notamment à promouvoir « *les politiques sectorielles (tourisme, agriculture, etc.) en faveur de la préservation de la biodiversité* ». Le PAS BIO identifie entre autres un problème qui affecte la conservation de la biodiversité marine dans les AMP : la perturbation causée par les autres activités humaines, principalement le tourisme, qui ont lieu dans les zones côtières.

3.4. STRATÉGIES NATIONALES ET PARTIES PRENANTES CONCERNÉES

3.4.1. Stratégies nationales pour le tourisme durable

Un nombre croissant de pays méditerranéens agit pour développer et promouvoir des stratégies pour le tourisme durable. On trouvera en Annexe 4 une sélection de stratégies nationales, qui fournit un point de départ intéressant pour promouvoir l'apprentissage mutuel et le partage direct d'expériences entre les pays.

3.4.2. Parties prenantes concernées

Le tourisme est une activité multiforme. De nombreuses parties prenantes très variées interviennent à différents niveaux de la filière, ou sont affectées directement ou indirectement par cette activité. On trouvera en Annexe 5 un bref aperçu des principales parties prenantes dans le contexte du tourisme en Méditerranée, avec leur rôle dans la promotion du tourisme durable.

4. DÉVELOPPER UNE VISION ET DES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES POUR LE TOURISME DURABLE EN MÉDITERRANÉE

Ce chapitre propose une vision, des objectifs, des orientations stratégiques et des actions visant à promouvoir le tourisme durable en Méditerranée, en assurant la cohérence de ces orientations avec les cadres internationaux et régionaux existants que l'on a vus dans le chapitre précédent.

4.1. UNE VISION POUR LE TOURISME EN MÉDITERRANÉE

La SMDD 2016-2025 repose sur la vision suivante : « *Une Région Méditerranée prospère et pacifique dans laquelle les habitants bénéficient d'une grande qualité de vie et où le développement durable s'inscrit dans les limites de la capacité de charge d'écosystèmes sains. Ceci sera réalisé grâce à des objectifs communs, la forte implication de toutes les parties prenantes, la coopération, la solidarité, l'équité et la gouvernance participative* ».

Le plan d'action CPD pour la région méditerranéenne à sa propre vision, qui est la suivante : « *D'ici 2027, une région méditerranéenne prospère sera établie, avec des économies non polluantes, circulaires, socialement inclusives fondées sur des modes de consommation et de production durables, préservant les ressources naturelles et l'énergie, assurant le bien-être des sociétés et contribuant à un environnement propre et à des écosystèmes sains qui fournissent des biens et services pour les générations actuelles et futures* ».

Si l'on cherche à définir une vision pour le tourisme durable en Méditerranée qui soit en cohérence avec les visions citées ci-dessus, on peut identifier un certain nombre d'éléments-clés :

- Nécessité de sensibiliser tous les acteurs liés au secteur du tourisme sur le caractère unique, mais aussi la fragilité, des atouts naturels, humains et culturels de la Méditerranée ;
- Importance du rôle des communautés locales et nécessité de faire en sorte que celles-ci profitent de la majorité des bénéfices provenant du tourisme ;
- Besoin urgent de retrouver le sens premier du tourisme, c'est-à-dire une découverte de différentes cultures, où le voyage est un moyen d'aller à la rencontre de ces dernières et de cultiver son ouverture d'esprit ;

- Importance d'un modèle de gouvernance efficace, avec la participation de parties prenantes nationales et étrangères, qui repose sur des méthodes participatives et sur la responsabilité ;
- Conviction que, pour être compétitif, le tourisme en Méditerranée doit mettre l'accent sur la haute qualité de son offre, qualité qui repose principalement sur la durabilité environnementale, sociale et économique.

Si l'on prend en compte ces différents éléments et la vision d'ensemble exprimée par la SMDD 2016-2025, une vision décennale pour une meilleure durabilité du secteur du tourisme en Méditerranée pourrait être formulée de la manière suivante :

Promouvoir un tourisme durable en Méditerranée permettant aux visiteurs et aux accueillants d'établir des relations équilibrées, respectueuses et fructueuses, valorisant le patrimoine environnemental, humain et culturel unique de la région méditerranéenne, tout en garantissant un développement socioéconomique inclusif respectant la capacité de charge d'écosystèmes naturels sains, et en favorisant la complémentarité des différentes activités économiques à l'échelle des destinations touristiques.

4.2. APERÇU DES OBJECTIFS ET DES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Si l'on se base sur la structure logique de la SMDD 2016-2025, on peut proposer des objectifs et orientations stratégiques (OS) de long terme pour faire face aux problématiques identifiées ci-dessus.

4.2.1. Problématiques et objectifs

Pour chaque catégorie de problématiques identifiées (Tableau 9), un objectif correspondant est proposé pour atteindre un but de long terme ambitieux mais réalisable.

Chacun des objectifs correspond à un aspect particulier du tourisme durable :

- 1. **Intégrité environnementale** : Mesurer, réduire et atténuer les impacts négatifs sur l’environnement des activités et des équipements de tourisme, tout en réduisant le déséquilibre territorial entre zones côtières et arrière-pays ;
- 2. **Progrès social** : Garantir les droits sociaux, le travail décent, l’égalité des chances et des ressources de base pour les populations locales ;
- 3. **Succès économique** : Développer des produits et des services de tourisme résilients, compétitifs et innovants, en favorisant un meilleur équilibre entre secteurs économiques dans les destinations touristiques et les territoires ;
- 4. **Héritage culturel** : Protéger et valoriser le patrimoine et les biens culturels en créant des rapports équilibrés, respectueux et fructueux ;
- 5. **Gouvernance partagée** : Garantir l’inclusion, l’efficacité et la transparence dans la conception, la mise en œuvre et le suivi des politiques.

4.2.2. Liens entre les ODD, la SMDD 2016-2025, le PA CPD, le Protocole GIZC et le PAS BIO

Le Tableau 10 ci-contre propose une analyse transversale des liens entre les Objectifs pour le tourisme durable en Méditerranée et les cadres institutionnels existants tels que les ODD, la SMDD 2016-2025, le PA CPD, le Protocole GIZC et le PAS BIO, faisant apparaître le lien entre politiques régionales et internationales pour éviter d’éventuelles disparités et bénéficier des synergies.

Tableau 10 : Liens entre les objectifs pour le tourisme durable en Méditerranée et les ODD, la SMDD 2016-2025, le PA CPD, le Protocole GIZC et le PAS BIO

Objectif	ODD	SMDD 2016-2025 (Objectif)	PA CPD (Objectif)	Protocole GIZC (Article)	PAS BIO
1. Intégrité environnementale	6, 12, 13, 14, 15	1, 2, 3, 4, 5	3.1	5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 19	18a7, 18a8, 18a9, 18b1, 18b2, 18b3, 18b4, 30a1
2. Progrès social / égalité / inclusion	2, 4, 8, 10	2, 3, 5	3.2	9, 14, 15, 25	18a2,18a4, 18a9, 18b5
3. Succès économique / développement / prospérité	1, 8, 9, 17	3	3.3	9, 10, 16, 19, 21, 22, 23, 24, 25	18a1, 18a3,18a4, 18a9,18a10, 18b2,18b5, 18b6, 30a1
4. Patrimoine / atouts culturels	11, 16	3, 6	3.3	12, 13, 15, 25	18a5, 18a6, 18b6, 30a1, 30a4
5. Gouvernance partagée	16, 17	2, 3, 6	3.2	7, 11, 12, 14, 15, 17, 18, 25, 28	18a2, 18a10, 18b3, 18b4

Source : Plan Bleu, 2016

Tableau 9 : Liens entre problématiques et objectifs

Problématique	Objectif
1. Dégradation environnementale des écosystèmes et des ressources naturelles	1. Mesurer, réduire et atténuer les impacts négatifs sur l’ environnement des activités et des équipements de tourisme, tout en réduisant le déséquilibre territorial entre zones côtières et arrière-pays
2. Inégalité sociale , emploi précaire et non-respect des droits élémentaires	2. Garantir les droits sociaux , le travail décent, l’égalité des chances et des ressources de base pour les populations locales
3. Faibles bénéfices économiques , manque de compétitivité et de capacité de résilience	3. Développer des produits et des services de tourisme résilients, compétitifs et innovants, en favorisant un meilleur équilibre entre secteurs économiques dans les destinations touristiques et les territoires
4. Dégradation du patrimoine culturel , des valeurs traditionnelles et des identités locales	4. Protéger et valoriser le patrimoine et les biens culturels en créant des rapports équilibrés, respectueux et fructueux
5. Manque de fiabilité du suivi, faiblesse de la gouvernance et mauvaise qualité des projets de collaboration	5. Gouvernance partagée : garantir l’inclusion, l’efficacité et la transparence dans la conception, la mise en œuvre et le suivi des politiques

Source : Plan Bleu, 2016

Figure 7: Objectifs pour le tourisme durable en Méditerranée (infographie)



5. OBJECTIFS, ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET ACTIONS

Pour chaque objectif, un ensemble d'orientations stratégiques (OS) est proposé pour un tourisme plus durable. Ces orientations stratégiques sont également traduites en actions et en activités concrètes (Tableau 11 et Annexe 6).

Objectif 1 « Intégrité environnementale » : mesurer, réduire et atténuer les impacts environnementaux du tourisme, tout en réduisant le déséquilibre territorial entre zones côtières et arrière-pays

Si le rétablissement de l'intégrité des écosystèmes ne peut plus aujourd'hui constituer un objectif réaliste dans la mesure où ces derniers ont déjà été sévèrement affectés (même si cela n'est pas uniquement dû au tourisme), un engagement clair est nécessaire en faveur de la réduction des pressions sur l'environnement, ainsi que de la protection et de la restauration des foyers de biodiversité. Les effets négatifs des activités et des équipements de tourisme sur l'environnement doivent être analysés au moyen de bilans d'impact environnemental complets et équilibrés, reposant sur des mécanismes d'indemnisation innovants au cours des phases de conception, de planification et de fonctionnement du développement touristique. Ces actions doivent être appliquées de manière systémique, cohérente et transparente à l'échelle locale, nationale et régionale, grâce à l'application des protocoles régionaux existants (Convention de Barcelone, CDB, CCNUCC...).

Les actions et orientations stratégiques suivantes sont proposées pour atteindre l'Objectif 1 :

- **OS 1.1 : Evaluation et suivi des pressions environnementales et des impacts des activités touristiques sur les écosystèmes naturels et leur capacité de charge.** Les projets, initiatives et activités de tourisme doivent être systématiquement planifiés, évalués et suivis en amont et en aval, au moyen d'outils et de procédures reconnus internationalement, afin d'évaluer, de réduire et de compenser les externalités écologiques négatives sur les écosystèmes naturels.

Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :

- **Action 1.1.1 : Identifier, adapter et promouvoir des outils d'évaluation environnementale (EIE, EES, capacité de charge...) applicables aux initiatives de tourisme.** Différents outils pourraient être proposés selon les besoins, la taille et la complexité des évaluations à mener. Ces outils doivent être valides scientifiquement, aisément identifiables et faciles à utiliser.

Les résultats de ces analyses doivent être partagés largement et mis à la disposition de toutes les parties prenantes, au moyen de plateformes ouvertes sur Internet. La publication de guides, manuels et outils en ligne sera complétée par des formations techniques s'adressant aux principales parties prenantes.

- **Action 1.1.2 : Dialoguer avec les donateurs et les instances de financement pour intégrer des Evaluations d'Impact environnemental (EIE) efficaces, transparentes et systématiques** dans toutes les phases des projets de tourisme et en particulier dans la planification, le financement, la construction, le fonctionnement et la rénovation. Les activités de formation et de communication doivent avoir pour but de sensibiliser les parties prenantes ciblées, en les encourageant à utiliser correctement les outils disponibles. Les instances de financement et donateurs internationaux, nationaux et locaux doivent s'engager publiquement à intégrer ces outils à leurs processus et à partager leur analyse au moyen de plateformes d'évaluation, pour permettre aux parties prenantes concernées d'avoir accès à leurs résultats et à les commenter. Une charte présentant les principes de durabilité pour les investissements en Méditerranée devrait être publiée.
 - **OS 1.2 : Encourager l'intégration de l'utilisation efficace des ressources, des technologies propres, de la gestion environnementale et des programmes d'éco-labellisation dans les produits, services et équipements de tourisme.** Les équipements et les activités de tourisme sont de gros consommateurs de ressources naturelles, notamment d'énergie, d'eau et de produits alimentaires, dans des régions où la rareté et la vulnérabilité de ces ressources s'accroît suite aux effets du changement climatique et de la croissance démographique. Il est donc nécessaire de rendre toute la filière du tourisme plus respectueuse de l'environnement, au moyen d'outils de gestion efficace des ressources, de bonnes pratiques, de technologies propres, de processus de gestion environnementale améliorés et de programmes de certification écologique.
- Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :
- **Action 1.2.1 : Identifier, adapter et promouvoir les meilleures techniques disponibles et les meilleures pratiques environnementales, les procédures de gestion environnementales et les programmes d'éco-labellisation**

applicables aux équipements et aux produits de tourisme en Méditerranée. Ces outils devront être basés sur les normes EMAS ou ISO, ou sur celles d'autres tierces parties (Clé Verte, Pavillon Bleu, etc.), et spécifiques aux différents sous-secteurs (croisières, complexes touristiques, restaurants, musées, etc.). Ces outils peuvent être mis à disposition via des plateformes en ligne et diffusés par des consortiums public-privé au niveau national et local. On pourrait envisager de passer en revue les labels existants et de publier différents guides (en version papier et en ligne).

- **Action 1.2.2 : Promouvoir des politiques et des stratégies pour soutenir (techniquement et financièrement) la mise en œuvre de l'utilisation efficace des ressources, des meilleures techniques disponibles et des meilleures pratiques environnementales en matière d'équipements de voyage et de tourisme, ainsi que la diffusion de produits et de services verts.** Cette action vise à promouvoir l'utilisation de moyens de transport à faible émission de carbone (véhicules électriques ou hybrides, partage de voitures, co-voiturage, transports en commun, etc.), l'efficacité énergétique et la réutilisation de l'eau (complexes touristiques et hôtels), l'approvisionnement en produits alimentaires bio et locaux (hôtels et restaurants), les initiatives « zéro déchets » (événements, hôtels, restaurants), etc. Ces activités doivent être coordonnées au niveau régional et national au moyen d'un plan stratégique pour les sous-secteurs du tourisme (croisières, complexes touristiques, hôtels, etc.). Des guides thématiques et sectoriels (en version papier et en ligne) devront être publiés et diffusés auprès des parties prenantes du secteur.
 - **OS 1.3 : Identifier, protéger et restaurer les écosystèmes vulnérables et dégradés des zones côtières, marines et terrestres.** L'environnement méditerranéen a été sévèrement dégradé par des décennies de tourisme de masse, en particulier dans les zones côtières. Il est donc essentiel d'identifier, de protéger, de mettre en valeur et de restaurer les écosystèmes vulnérables ou dégradés, en accélérant l'application des cadres politiques internationaux existants et en profitant des avantages apportés par les programmes de coopération (PAS BIO, Programme MEDPOL, H2020 Med, etc.).
- Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :
- **Action 1.3.1 : Soutenir les programmes et les actions visant à identifier, à surveiller, à protéger et à restaurer les écosystèmes naturels vulnérables et dégradés des zones marines, côtières et terrestres,** d'une manière transparente, inclusive et participative. Ces programmes pourront s'appuyer sur les succès des politiques menées pour l'environnement au niveau européen : Natura 2000, aires marines protégées, aires spécialement protégées d'importance méditerranéennes (ASPIM), etc. Des évaluations régulières des aires vulnérables doivent être menées

et publiées. Des guides, des manuels et des plateformes en ligne doivent être développés pour promouvoir les bonnes pratiques et les initiatives réussies dans la protection et la restauration de l'environnement.

- **Action 1.3.2 : Identifier, adapter et promouvoir des programmes de compensation innovants, financés par l'industrie et par les visiteurs (« tourism pay back », écotaxes, partenariats public-privé, etc.)** pour compenser les impacts négatifs sur l'environnement et développer des fonds dédiés visant à restaurer les écosystèmes dégradés ou vulnérables. Ces outils de compensation doivent être adaptés aux caractéristiques des territoires locaux, et financés et gérés par les collectivités nationales et locales, les acteurs de l'industrie du tourisme ou les donateurs et instances de financement. Des formations techniques, guides et kits d'outils doivent être développés au niveau régional et national.
 - **Action 1.3.3 : Développer une approche autour des solutions fondées sur la nature, faite d'activités de partage des connaissances et de projets-pilotes.** Les solutions fondées sur la nature (Nature-Based Solutions - NBS en anglais) sont des interventions qui utilisent les fonctions naturelles d'écosystèmes sains pour résoudre des problèmes d'ordre environnemental, tout en apportant des bénéfices économiques et sociaux²⁷. Ainsi, la création d'espaces verts dans les villes peut accroître le revenu du tourisme, offrir des opportunités de loisir pour les habitants et aider à réduire les températures et les niveaux de pollution dans les zones urbaines. Les NBS peuvent donc jouer un rôle considérable pour atténuer la pression causée par les activités humaines et restaurer des écosystèmes sensibles. Des solutions applicables dans le contexte méditerranéen doivent être identifiées, développées et mises en œuvre au moyen de projets-pilotes, en particulier dans les villes touristiques et les zones côtières.
 - **OS 1.4 : Equilibrer le développement territorial du tourisme entre zones côtières et arrière-pays,** au moyen d'activités favorisant les « espaces ruraux respectueux de l'environnement ». En effet, bien que les arrière-pays fournissent des services vitaux aux zones touristiques situées sur la côte (écosystèmes/zones naturelles, main d'œuvre, produits alimentaires, artisanat, etc.), ceux-ci sont souvent négligés dans la planification territoriale et le développement touristique. Ces espaces doivent également profiter des retombées du tourisme côtier, grâce à des activités faisant la promotion des « espaces ruraux respectueux de l'environnement », à une redistribution fiscale et à des investissements visant à améliorer les équipements touristiques ruraux et les infrastructures publiques.
- Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :

²⁷ <https://www.iucn.org/fr/node/27143>

- **Action 1.4.1 : Encourager une planification territoriale inclusive grâce à une autonomisation des responsables politiques locaux et nationaux, à des programmes de renforcement des capacités et à des activités de partage des connaissances.** En intégrant et en connectant les besoins socio-économiques des arrière-pays et des zones côtières dans la planification territoriale, on peut consolider le secteur du tourisme, tout en le rendant plus compétitif et plus résilient, pour mieux servir les visiteurs comme les habitants.
- **Action 1.4.2 : Favoriser les activités et les équipements de tourisme rural au moyen des investissements publics, de la redistribution fiscale et de campagnes de communication.** Les arrière-pays souffrent souvent d'un manque de visibilité, d'infrastructures de mauvaise qualité et d'un manque d'investissements. En particulier, les organismes publics doivent s'efforcer d'attirer des investissements privés et de garantir le développement socio-économique des zones rurales et le partage équitable des revenus du tourisme entre l'arrière-pays et les zones côtières.

Objectif 2 « Progrès social / égalité / inclusion » : garantir les droits sociaux, le travail décent, l'égalité des chances et l'accès aux ressources de base pour les populations locales

La Méditerranée est une région densément peuplée, dans laquelle le tourisme déploie ses activités et ses équipements sur des territoires habités par les populations locales. Ces dernières peuvent perdre leur accès à des ressources déjà limitées comme les terres, l'eau, l'énergie et les produits alimentaires au profit d'entreprises étrangères et de touristes internationaux dotés d'un pouvoir d'achat plus élevé et de chaînes d'approvisionnement plus efficaces. Les populations locales sont également souvent exclues des équipements et des zones touristiques, et peuvent se sentir discriminés en faveur des visiteurs étrangers dotés d'un niveau d'éducation plus élevé et ayant accès à des choix de vie plus variés. Les populations locales doivent donc dériver des avantages sociaux et économiques directs de l'usage de leurs territoires, afin d'assurer un développement équitable, partagé et inclusif qui garantit des droits sociaux, des emplois décents, des opportunités équitables et l'accès aux ressources de base pour tous les habitants.

Les orientations stratégiques et actions suivantes sont proposées pour atteindre l'Objectif 2 :

- **OS 2.1 : Promouvoir et appuyer la création, la propriété et le développement d'entreprises locales de tourisme durable.** en particulier pour les groupes défavorisés comme les jeunes, les femmes et les minorités. Les populations locales, souvent mal intégrées dans les circuits commerciaux internationaux, doivent être aidés pour avoir l'opportunité de créer, posséder ou développer des entreprises viables qui leur garantissent un accès équitable et inclusif aux retombées économiques du tourisme.

Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :

- **Action 2.1.1 : Promouvoir les formations sur la technique, le management et l'entrepreneuriat, les pôles professionnels et les activités de réseautage autour des produits et des services de tourisme durable.** Les entrepreneurs locaux doivent être encouragés et soutenus pour leur permettre de développer, de produire et de commercialiser des produits et des services verts, localement produits et socialement inclusifs, un processus souvent plus complexe et plus coûteux que la production de masse d'une offre de basse qualité.
- **Action 2.1.2 : Soutenir la création et la diffusion de programmes de financement dédiés pour le lancement et le développement d'entreprises locales de tourisme durable.** Ces financements doivent être alimentés par des bailleurs de fonds internationaux et multilatéraux, ainsi que par l'industrie du tourisme elle-même et par les systèmes bancaires nationaux et locaux. Ces programmes doivent être gérés par diverses parties prenantes du secteur public et privé aux échelles nationale et locale. Des guides sur les financements et des activités de renforcement des capacités doivent être développés afin de promouvoir et de diffuser les pratiques innovantes.
- **OS 2.2: Développer un secteur du tourisme inclusif et responsable qui favorise les emplois décents, garantit les droits sociaux et intègre les groupes vulnérables, en particulier les femmes, les jeunes et les minorités.** Cette orientation stratégique contribue à réduire les inégalités socio-économiques. Le tourisme doit en effet contribuer à la réduction de la pauvreté et des inégalités à l'intérieur des pays et entre pays. Le secteur doit donc offrir des salaires décents, des emplois stables et des droits fondamentaux aux personnes travaillant dans le tourisme comme aux personnes sans emploi, mais aussi contribuer à la diffusion de bonnes pratiques existantes dans d'autres secteurs et territoires.
Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :
 - **Action 2.2.1 : Soutenir les partenariats public-privé, les programmes et les politiques permettant d'améliorer les retombées sociétales, d'apporter une protection sociale et de garantir des ressources de base pour les personnes travaillant dans l'industrie du tourisme,** y compris l'accès à un salaire décent, au logement, à l'alimentation, et aux services d'approvisionnement en eau et en énergie. Ces programmes sociaux, qu'ils soient volontaires (via les programmes de responsabilité sociale des entreprises) ou obligatoires (via la législation), doivent être financés par le secteur du tourisme et par les autorités publiques via la collecte des impôts, et doivent impliquer les parties prenantes locales pour une gouvernance efficace. Des lignes directrices, des formations techniques et des instruments doivent être développés à cet effet aux niveaux régional et national.

- **Action 2.2.2 : Identifier, adapter ou développer des labels et des certifications pour mettre en valeur les équipements, produits et services de tourisme locaux, inclusifs et responsables.** Ces labels et ces certifications doivent identifier et souligner les avantages sociaux liés aux produits et services touristiques méditerranéens promus et proposés par des entreprises communautaires inclusives et responsables. Un examen des labels existants doit être entrepris pour sélectionner ceux qui sont les plus pertinents et évaluer le besoin éventuel d'en créer de nouveaux. Des guides sectoriels pourront être publiés et des activités de renforcement des capacités et de dissémination organisées pour compléter cette action.

- **OS 2.3 : Améliorer l'accès à l'éducation, au développement professionnel, aux programmes éducatifs et aux formations sur le tourisme durable pour les personnes travaillant dans le secteur du tourisme comme pour les populations locales.** Les populations locales souffrent trop souvent d'une fuite de capital humain à laquelle s'ajoute l'attraction des emplois non-qualifiés du tourisme : les étudiants résidant dans les destinations quittent parfois le système éducatif sans avoir été correctement préparés pour un marché du travail compétitif et changeant. Ces groupes doivent donc bénéficier d'une protection sociale et éducative adaptée qui leur permette d'accéder à l'éducation, à des programmes de développement des compétences et à l'éducation continue à chaque étape de leur vie professionnelle.

Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen de l'action suivante :

- **Action 2.3.1 : Concevoir, soutenir et mettre en œuvre des programmes d'éducation continue et des centres de formation professionnelle pour un secteur du tourisme durable.** Ces programmes devront intégrer à leur cursus les nouveaux besoins et les nouvelles compétences nécessaires aux personnes travaillant dans le secteur du tourisme durable. Cette action devra également encourager l'harmonisation des contenus et l'utilisation d'outils de partage des connaissances aux échelles régionale et nationale. Ces programmes éducatifs devront être financés par le secteur du tourisme et gérés par les agences locales chargées de la formation et de l'emploi, ou par des consortiums public-privé.
- **OS 2.4 : Promouvoir le développement touristique aux échelles infrarégionale, nationale et locale, et appui aux politiques de tourisme social au niveau national et local.** Le tourisme infrarégional, national et local représente une opportunité pour les pays méditerranéens de réduire leur dépendance vis-à-vis des marchés internationaux, de la saisonnalité et des gros opérateurs, tout en améliorant l'empreinte écologique des activités touristiques (liée plus particulièrement aux transports). Cela contribuera également à améliorer la résilience du secteur face aux chocs internes et externes car les habitants nationaux et locaux sont plus réactifs et plus enclins à soutenir les biens communs locaux.

Des investissements spécifiques et des actions de communication doivent être entrepris pour lancer ou développer le secteur du tourisme intérieur/domestique/national.

Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :

- **Action 2.4.1 : Accélérer le développement d'activités et de services de tourisme adaptés au marché intérieur,** via le développement de stratégies locales et nationales, un appui aux initiatives visant à adapter les services internationaux aux attentes nationales, le lancement de packages spéciaux ciblant des groupes ou des clients particuliers, etc.
- **Action 2.4.2 : Soutenir une gestion et un contrôle local du marché du tourisme intérieur.** Cette action doit être appuyée par la communication, la distribution et le marketing des activités de tourisme intérieur. Des salons commerciaux, des guides de voyage et des campagnes de presse ou de marketing devront être mis en place dans l'objectif d'attirer les habitants du pays ou des localités. Les agences locales et l'administration du secteur touristique devront également intégrer ce sous-secteur dans leurs propres activités.

Objectif 3 « Succès économique / développement / prospérité » : Développer des produits et des services de tourisme résilients, compétitifs et innovants, en favorisant un meilleur équilibre entre secteurs économiques dans les destinations touristiques et les territoires

L'industrie du tourisme utilise toujours des modèles commerciaux anciens reposant sur des marges réduites, des volumes importants et des services de basse qualité (le modèle Sea, Sand and Sun, ou mer, sable/plage et soleil). Dans un monde très compétitif et volatile, de tels produits sont de moins en moins attractifs face aux alternatives proposées dans d'autres régions du monde. Le tourisme méditerranéen est de plus vulnérable aux perturbations politiques, sécuritaires et sociales qui se produisent dans cette région complexe. Enfin, le secteur du tourisme est affecté par des tendances de long terme comme le changement climatique et la dépendance vis-à-vis des gros opérateurs des marchés étrangers. Le tourisme en Méditerranée doit donc se diversifier et devenir plus innovant, personnalisé et qualitatif. Le secteur doit améliorer sa capacité de résilience en modernisant ses équipements, développer des produits alternatifs (tourisme de nature, tourisme de santé, écotourisme, etc.) et attirer de nouveaux types de touristes et d'investisseurs (personnes vivant dans le pays ou dans la région, groupes thématiques, etc.).

Les orientations stratégiques et actions suivantes sont proposées pour atteindre l'Objectif 3 :

- **OS 3.1 : Soutenir l'innovation, la diversification et la résilience des produits et des services du tourisme.** Comme on l'a vu ci-dessus, le modèle actuel du tourisme en Méditerranée doit être réinventé pour proposer de nouveaux produits plus variés, uniques et authentiques par rapport aux territoires où ils sont offerts..

Ces activités doivent encourager les produits de tourisme alternatifs (écotourisme, tourisme culturel, tourisme d'affaires, tourisme rural, tourisme hors-saison, tourisme local, etc.) qui améliorent les retombées socio-économiques et réduisent les pressions sur l'environnement tout en rendant le secteur plus résilient aux chocs externes et internes.

Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :

- **Action 3.1.1 : Soutenir les activités de développement des capacités, les stratégies et les politiques visant à développer des formes alternatives de tourisme**, en particulier dans le champ de l'écotourisme, du tourisme culturel et du tourisme d'affaires, du tourisme rural, du tourisme hors-saison, du tourisme local, etc. Cette action a pour but de diffuser les initiatives de tourisme durable via les salons professionnels, les réseaux spécialistes et les médias grand public. Cette action peut être mise en œuvre via des campagnes de marketing, la participation à des salons nationaux ou internationaux, et la publication de livrets thématiques ou de sites Internet ou d'applications promotionnels dédiés. Elle pourra être financée et gérée par le secteur du tourisme et les autorités publiques. Les offres de multi-activités dans des communautés rurales (par exemple, des chambres d'hôtes tenues par des agriculteurs, le pécaturisme, etc.) doivent également être encouragées comme des outils d'amélioration du cadre de vie, de diversification des activités (activités multiples : tourisme associé à l'agriculture, à l'artisanat, à la pêche, etc.) et de maintien des populations dans les zones rurales et de l'agriculture dans les campagnes. Les organismes touristiques et territoriaux doivent appuyer le développement de stratégies et de politiques pour le développement du tourisme national et local, et les programmes de renforcement des capacités.
- **Action 3.1.2 : Coordonner les activités de renforcement des capacités, les politiques nationales et les stratégies locales pour permettre aux équipements et services de tourisme et de voyage de s'adapter aux risques environnementaux et sociétaux**. L'industrie du tourisme doit améliorer sa capacité de résilience pour résister aux chocs externes dus aux risques environnementaux (changement climatique) et sociétaux (sécurité, accès à l'eau, à l'énergie et aux produits alimentaires, etc.). Les entreprises durables doivent être encouragées et soutenues pour leur permettre de développer, de produire et de commercialiser des produits et des services verts, localement produits et socialement inclusifs. Cette action doit être menée via le développement de formations pour les parties prenantes, de politiques et de plans d'adaptation aux échelles locale et nationale.
- **OS 3.2 : Suivre, évaluer et attirer des investissements orientés vers des activités vertes, locales et circulaires dans le secteur touristique**. Les fonds d'investissement passent généralement en revue différents secteurs économiques et géographiques avant de décider où investir.

Il est donc nécessaire de suivre, d'évaluer et d'attirer les investissements nationaux et internationaux afin de financer le développement du tourisme durable qui nécessite souvent de très grands volumes de capitaux, en particulier pendant la phase de développement (construction des équipements de voyage et de tourisme). Il convient de prêter une attention particulière aux activités durables innovantes comme l'écotourisme, le tourisme rural, etc., qui ont souvent des difficultés à attirer les investisseurs. Les entreprises circulaires, locales et vertes doivent également être soutenues pour se faire une place dans l'industrie du tourisme.

Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :

- **Action 3.2.1 : Promouvoir l'utilisation d'outils et de modèles cohérents pour évaluer et mesurer la contribution du secteur du tourisme aux économies nationales et locales**. Les dépenses et les investissements dans le tourisme doivent être soigneusement suivis et analysés pour comprendre la distribution de la valeur ajoutée à travers toute la filière, en particulier dans l'économie locale. De tels modèles doivent être alignés sur les normes internationales et partagés de manière ouverte et transparente, afin de favoriser l'enseignement mutuel entre différents territoires. L'utilisation de modèles reposant sur le big data pourrait aider à affiner l'analyse macro-économique et les outils traditionnels de recueil des données.
- **Action 3.2.2 : Promouvoir les mécanismes financiers, les incitations et les prêts pour investir dans les produits et services de tourisme alternatifs** (écotourisme, tourisme culturel, tourisme rural, tourisme hors-saison, tourisme local, etc.). L'accent doit être mis tout particulièrement sur la promotion d'activités économiques locales, vertes et circulaires dans le secteur du tourisme. L'un des principaux obstacles que doivent affronter les initiatives de tourisme alternatif dans leur développement est le manque de financements, dû à la plus grande importance des risques et au plus bas volume des investissements. Les autorités et les institutions financières doivent donc concevoir des programmes financiers adaptés aux besoins et aux caractéristiques de ces projets. Il serait également utile d'examiner des mécanismes innovants de crowdfunding (financement participatif), de financement par les pairs au sein des diasporas ou de mise à contribution des touristes ou de l'industrie du tourisme. Des guides sur les financements et les investissements ainsi que des formations à la finance doivent être développés et offerts aux échelles régionale et nationale.
- **Action 3.2.3 : Promouvoir les mécanismes financiers, les incitations et les prêts pour contribuer à l'intégration des retombées économiques du tourisme dans les communautés locales qui accueillent les activités de tourisme, y compris la navigation et les navires de croisière**. Les petites entreprises de tourisme contractent souvent

pour financer leur développement des emprunts liés à des groupes du secteur du tourisme, et se trouvent ensuite dans une situation de dépendance vis-à-vis de ces opérateurs. Cela empêche toute gestion locale de l'économie du tourisme, avec des conséquences potentielles comme la réduction des profits économiques à l'échelle locale, une forte pression sur les capacités de charge, et un accroissement des impacts sur l'environnement. La navigation et les croisières échappent elles aussi souvent au contrôle des acteurs locaux, qui apportent à ces secteurs des ressources importantes en échange de faibles revenus. Des actions spécifiques visant à atténuer les situations de ce type seraient bénéfiques à long terme pour le tourisme durable.

- **OS 3.3 : Permettre le développement de l'agriculture, de l'artisanat et de l'entreprise à l'échelle locale (destination), en favorisant les synergies entre secteurs économiques**. Les entreprises locales peuvent fournir des produits agricoles, artisanaux ou industriels de bonne qualité, fabriqués localement et générant de faibles émissions de carbone, aux structures de tourisme et à leurs consommateurs. Des actions spécifiques doivent être mises en place pour promouvoir les synergies entre secteurs économiques et encourager le développement de produits et de prestataires de services locaux compétitifs (économie circulaire, circuits courts).
- Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :
- **Action 3.3.1 : Soutenir le développement des produits et services d'origine locale adaptés au marché du tourisme**, via la mise en œuvre de stratégies sectorielles (agriculture, artisanat, etc.). Cette action vise à encourager les petites entreprises à intégrer des exigences internationales et à lancer des packages spéciaux ciblés pour des groupes ou des consommateurs particuliers. Ce développement des petites entreprises devra également améliorer la résilience de l'économie locale en cas d'effondrement du secteur du tourisme.
- **Action 3.3.2 : Promouvoir la communication, la distribution et le marketing de produits et de services d'origine locale**. Des salons commerciaux, des guides, des campagnes de presse ou de marketing doivent être mis en place pour cibler spécifiquement les gros opérateurs touristiques ainsi que les visiteurs nationaux ou internationaux.

Objectif 4 « Patrimoine / atouts culturels » : Protéger et valoriser le patrimoine et les biens culturels en créant des rapports équilibrés, respectueux et fructueux

Parmi les problématiques liées au tourisme, l'une des plus sensibles et aussi des plus intangibles touche à l'intégrité culturelle des communautés d'accueil, d'un point de vue à la fois matériel et immatériel. Bien que le commerce et les échanges culturels historiques aient contribué à la culture renommée du bassin méditerranéen, l'accélération des phénomènes de

mondialisation et de standardisation économique contribuent à dégrader les valeurs locales et mettent en danger le patrimoine des populations. Les offres reposant sur de gros volumes (le modèle 3S, les croisières, etc.) et des séjours courts ont aussi accru la déconnection entre les visiteurs et les habitants. Il est donc nécessaire de réduire ce fossé afin de retrouver le véritable sens du tourisme : un voyage pour rencontrer des cultures différentes et échanger avec elles.

Les orientations stratégiques et actions suivantes sont proposées pour atteindre l'Objectif 4:

- **OS 4.1 : Identifier, valoriser et protéger le patrimoine culturel, l'identité locale et les savoirs traditionnels**. Les valeurs culturelles, les identités locales et les savoirs traditionnels sont des biens communs intangibles qui créent, structurent et définissent les communautés. Ces biens sont très vulnérables aux effets de l'hyper-mondialisation, aux arrivages en masse de visiteurs étrangers et à la standardisation industrielle apportée par les gros opérateurs de services (tour-opérateurs, etc.). Ces écosystèmes très fragiles, qui représentent les racines du patrimoine méditerranéen, doivent être mis en valeur, diffusés et protégés au même titre que les biens environnementaux ou économiques.
- Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :
- **Action 4.1.1 : Identifier les foyers culturels vulnérables et encourager leur protection et leur certification**. Cette action devra reposer sur les succès rencontrés par l'UNESCO dans l'identification et la protection du patrimoine culturel intangible à travers le monde entier. Des aides techniques et financières doivent être apportées aux sites vulnérables aux échelles régionale et nationale.
- **Action 4.1.2 : Sensibiliser le public et promouvoir le patrimoine culturel méditerranéen**. Des campagnes de communication dédiées (en ligne et hors-ligne) doivent être conçues et lancées afin d'accroître la connaissance de l'héritage culturel unique de la Méditerranée et promouvoir sa valeur en tant que facteur de paix et de développement. Des sites Internet et des applications sur le patrimoine méditerranéen devraient être créés et diffusés aux échelles nationale et régionale.
- **OS 4.2 : Disséminer des outils et des procédures pour mesurer et surveiller les impacts du tourisme sur la culture**. Les impacts positifs et négatifs des activités touristiques sur la culture, les traditions et les valeurs des communautés locales doivent être identifiés et analysés de manière systématique et continue. Les effets négatifs doivent être atténués par des actions éducatives adressées aux visiteurs et aux populations locales, tandis que les résultats positifs doivent être disséminés par les moyens de communication les plus adaptés.

Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :

- **Action 4.2.1 : Sensibiliser les parties prenantes et renforcer leur maîtrise des outils et des procédures d'évaluation des impacts culturels.** Des outils d'évaluation des impacts culturels efficaces et adaptés au contexte méditerranéen doivent être identifiés et diffusés auprès des décideurs politiques, responsables de l'industrie du tourisme et autres parties prenantes. Il s'agira donc de diffuser guides, brochures, kits d'outils, instruments d'évaluation en ligne et plateformes de partage des connaissances.
- **Action 4.2.2 : Intégrer le suivi et les indicateurs d'impact culturel dans des observatoires du tourisme nationaux et locaux.** Les observatoires du tourisme devront incorporer des programmes de suivi et des indicateurs publics, à la fois qualitatifs et quantitatifs, pour comprendre et surveiller les effets positifs et négatifs du tourisme sur la culture et l'identité des communautés locales. Les ONG et les parties prenantes locales devront être intégrées à cette démarche participative.
- **OS 4.3 : Sensibiliser, éduquer et renforcer les capacités vers des comportements responsables et durables**, en s'adressant à la fois aux collectivités locales, aux entreprises du tourisme, aux responsables de sites touristiques, aux touristes, etc. La promotion des modèles de CPD est essentielle pour éduquer les touristes, les personnes travaillant dans l'industrie du tourisme, les gestionnaires ainsi que les responsables politiques et décideurs. Cette sensibilisation aidera à améliorer les comportements sociaux et environnementaux des personnes tout en contribuant à la transition vers des modes de vie durable et une meilleure qualité de vie.

Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :

- **Action 4.3.1 : Promouvoir les programmes éducatifs sur le tourisme responsable et durable.** Des activités spécifiques (formations, campagnes, brochures, etc.) devront être conçues pour chaque public ciblé (étudiants, touristes, familles, enfants, entreprises, collectivités, agences de voyage, etc.) pour exposer les droits et les obligations des visiteurs et des voyageurs, ainsi que les effets (positifs et négatifs) du tourisme. Ces activités devront également apporter des informations sur les bonnes pratiques et des recommandations s'adressant aux différents groupes pour leur permettre de réduire leur empreinte écologique durant leur séjour (en ne se contentant pas d'informer, mais en donnant des conseils pratiques).
- **Action 4.3.2 : Encourager des séjours, des voyages et des trajets plus longs, plus divers et mieux répartis (sur le plan spatial et temporel).** Cette action a pour but de promouvoir les activités de tourisme durable qui offrent des retombées sociales et économiques tout au long de l'année et sur des territoires plus étendus. Des campagnes de communication

ciblées et des guides de voyage spécialisés (en ligne et hors-ligne) devront être développés. L'utilisation du big data pourrait apporter des outils efficaces pour analyser la situation actuelle et encourager de réels changements dans les comportements.

Objectif 5 « Gouvernance partagée » : garantir l'inclusion, l'efficacité et la transparence dans la conception, la mise en œuvre et le suivi des politiques

Le manque de structures de gouvernance efficaces (aux échelles locale, nationale et régionale) dans une activité multisectorielle comme le tourisme représente un enjeu essentiel pour conduire l'industrie du tourisme vers des pratiques plus durables. Un bon modèle de gouvernance dans le contexte méditerranéen doit reposer sur des principes d'inclusion²⁸, garantissant la transparence et la participation de tous les acteurs concernés. Les partenariats collaboratifs, notamment les partenariats public-privé mais aussi les plateformes multi-acteurs, doivent être encouragés, afin de promouvoir la collaboration et le dialogue entre les secteurs public, privé et les sociétés. Les mécanismes de prise de décision doivent être transparents et les processus de conception des politiques doivent impliquer tous les secteurs concernés (énergie, eau, produits alimentaires, transports, éducation...). Enfin, la qualité et la cohérence du recueil de données sur les flux touristiques et les impacts qui s'y rapportent doivent être significativement renforcées et partagées de manière ouverte, afin de faciliter le partage des connaissances.

Les politiques de tourisme durable ne pourront pas atteindre leurs objectifs :

- si les responsabilités de tous les acteurs ne sont pas clairement définies et si les actions menées sur plusieurs niveaux de gouvernement ne sont pas correctement coordonnées ;
- si les décisions prises sur le tourisme ne sont pas coordonnées avec les décisions prises dans d'autres secteurs ;
- si les écarts de capacité entre les différentes instances chargées du tourisme ne sont pas comblés ;
- si les données et les informations relatives aux politiques de tourisme ne guident pas la prise de décision ;
- si les réglementations sur le tourisme ne sont pas appliquées ;
- si des cadres favorisant l'intégrité et la transparence ne sont pas mis en place pour garantir la confiance et la responsabilité ;
- si toutes les parties prenantes ne sont pas impliquées ;
- si les politiques du tourisme ne sont pas régulièrement évaluées.

²⁸ Une gouvernance inclusive, favorisant la participation des citoyens, permet une meilleure acceptation des projets et rend la mise en œuvre plus aisée. <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/inclusive-governance.pdf>

Les actions et orientations stratégiques suivantes sont proposées pour atteindre l'Objectif 5 :

- **O.S 5.1 : Renforcer le suivi, l'application et la conformité avec les protocoles de la Convention de Barcelone et d'autres initiatives et mécanismes politiques régionaux, complétés par les approches nationales.** La Convention de Barcelone et ses protocoles offrent un cadre politique essentiel pour la promotion d'un tourisme plus durable en Méditerranée. Toutefois, il est souvent difficile, du fait du manque d'informations, de mesurer à quel point cette convention est appliquée aux niveaux local, national ou régional. Il est donc nécessaire d'établir des mesures pour collecter des données complètes et assurer un suivi transparent, afin de garantir l'application des cadres politiques de manière efficace et collaborative.
- Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :
 - **Action 5.1.1 : Renforcer la mise en œuvre, le suivi et l'application des règlements locaux et nationaux en lien avec la SMDD 2016-2025, le Protocole GIZC, le PA CPD et le PAS BIO.** L'impact écologique de l'industrie du tourisme sur les écosystèmes naturels doit être atténué par une mise en œuvre rationnelle et par une application des règlements, des lignes directrices et des stratégies régionales, nationales et locales qui ont pour but de réduire les effets négatifs des activités de tourisme (notamment les rejets en mer des déchets, les rejets d'eaux usées, la pollution atmosphérique, le gaspillage alimentaire, etc.). Les réglementations publiques, les lignes directrices et les stratégies liées au tourisme, aux zones rurales, aux villes et à la gestion des zones côtières doivent être constamment réévaluées à tous les niveaux, depuis le régional jusqu'au local, afin de mesurer leur efficacité, leur cohérence et leur pertinence pour atteindre les objectifs correspondants du Protocole GIZC, de la SMDD 2016-2025, du PA CPD et du PAS BIO. De nouvelles politiques doivent être développées et mises en œuvre pour pallier à l'absence ou à l'insuffisance des réglementations, en particulier concernant les problématiques nouvelles.
- **OS 5.2 : Promouvoir des dialogues et collaborations transparents et inclusifs à tous les niveaux (local et national) entre décideurs locaux et nationaux, professionnels du tourisme, entreprises et populations.** La filière du tourisme implique un grand nombre d'acteurs qui appartiennent à différents secteurs aux niveaux international, national et local. Le dialogue et la collaboration entre toutes les parties prenantes sont donc essentiels afin de partager équitablement de précieuses ressources et de distribuer avec justice les retombées socio-économiques, mais aussi pour assurer la planification stratégique des destinations, en garantissant un équilibre entre le tourisme et les autres activités et secteurs économiques. Ces actions doivent être menées d'une manière efficace et transparente, au moyen de processus inclusifs aux échelles locale, nationale et régionale.

Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :

- **Action 5.2.1 : Etendre l'approche SDMO (Sustainable Destination Management Organization, ou organisation de la gestion des destinations durable) aux destinations locales.** Le DMO rassemble des outils utiles pour institutionnaliser les partenariats public-privé sectoriels qui se concentrent principalement sur le développement économique. Le DMO durable (SDMO) prend en compte les acteurs et les valeurs environnementaux, sociaux et culturels, en plus des acteurs économiques et des initiatives de marketing comme c'était le cas auparavant. Ces outils doivent être financés et gérés d'une manière transparente, efficace et inclusive. Parmi les activités adaptées à développer aux niveaux régional et national, on compte la création de guides, de kits d'outils et de pôles.
- **Action 5.2.2 : Promouvoir la création d'observatoires, de dialogues et de programmes de partenariat multi-acteurs aux échelles locale et nationale.** Ces plateformes collaboratives peuvent être informelles (thématiques ou temporaires) ou institutionnalisées (permanentes ou dotées d'une structure légale). Diverses parties prenantes doivent être invitées à participer : ONG, universitaires, entreprises, associations locales, etc. Des guides, des kits d'outils, des formations et un appui technique doivent être offerts aux niveaux régional et national.
- **OS 5.3 : Promouvoir les pratiques intersectorielles de planification, de développement et de suivi de politiques pour toute la chaîne de valeur du secteur touristique, au moyen d'outils de gouvernance adaptés.** (information, campagnes de sensibilisation, diagnostics participatifs et systèmes d'observation). Les chaînes d'approvisionnement et de valeur du tourisme recouvrent une offre diversifiée de services publics : transports, énergie, eau, éducation, urbanisme, environnement, industrie, finance, affaires étrangères, etc. Il est essentiel de développer des collaborations et des partenariats entre autorités publiques, départements et ministères, ainsi qu'au sein de ces différents organismes. On parviendra ainsi à développer, approuver et mettre en œuvre des politiques ambitieuses, cohérentes et efficaces pour le tourisme durable.

Cette orientation stratégique peut être mise en œuvre au moyen des actions suivantes :

- **Action 5.3.1 : Encourager une planification transversale et intégrée, au moyen de comités interministériels et de plateformes multisectorielles.** Ces comités pourront être organisés de manière permanente ou bien via des groupes de travail thématiques. Ceux-ci devront être soutenus au niveau ministériel par les départements concernés : tourisme, transport, affaires étrangères, finance, commerce, etc. Des formations sur les politiques devront être organisées et des guides et modèles de bonnes pratiques développés.

- **Action 5.3.2 : Soutenir le développement et la mise en œuvre de stratégies locales et nationales sur le tourisme durable.** Les ministères et départements concernés devront se réunir pour concevoir et mettre en œuvre des stratégies nationales sur le tourisme durable, afin de garantir l'alignement de toutes les parties prenantes et de définir des objectifs, actions et indicateurs communs. Ceux-ci pourront s'appuyer sur des guides et des méthodologies publiés par des parties prenantes régionales ou nationales.

Synthèse

Le Tableau 11 ci-dessous présente une synthèse des objectifs, orientations stratégiques et actions développés plus haut.

Pour chacune des actions définies ci-dessous, une série d'activités concrètes est proposée avec les informations suivantes. Un résumé des activités proposées est présenté en Annexe 6 pour ouvrir la discussion entre parties prenantes.

Tableau 11 : Objectifs, orientations stratégiques et actions pour le tourisme durable en Méditerranée

Objectif	Orientation stratégique	N°	Action
1. INTÉGRITÉ ENVIRONNEMENTALE : Mesurer, réduire et atténuer les impacts environnementaux du tourisme, tout en réduisant le déséquilibre territorial entre zones côtières et arrière-pays	1.1. Evaluation et suivi des pressions environnementales et des impacts des activités touristiques sur les écosystèmes naturels et leur capacité de charge	1.1.1	Identifier, adapter et promouvoir des outils d'évaluation environnementale (EIE, EES, capacité de charge...) applicables aux initiatives de tourisme.
		1.1.2	Dialoguer avec les donateurs et les instances de financement pour intégrer des Evaluations d'Impact environnemental (EIE) efficaces, transparentes et systématiques.
	1.2. Encourager l'intégration de l'utilisation efficace des ressources, des technologies propres, de la gestion environnementale et des programmes d'éco-labelisation dans les produits, services et équipements de tourisme.	1.2.1	Identifier, adapter et promouvoir les meilleures techniques disponibles et les meilleures pratiques environnementales, les procédures de gestion environnementales et les programmes d'éco-labelisation applicables aux équipements et aux produits de tourisme en Méditerranée
		1.2.2	Promouvoir des politiques et des stratégies pour soutenir (techniquement et financièrement) la mise en œuvre de l'utilisation efficace des ressources, des meilleures techniques disponibles et des meilleures pratiques environnementales en matière d'équipements de voyage et de tourisme, ainsi que la diffusion de produits et de services verts
	1.3. Identifier, protéger et restaurer les écosystèmes vulnérables et dégradés des zones côtières, marines et terrestres	1.3.1	Soutenir les programmes et les actions visant à identifier, à surveiller, à protéger et à restaurer les écosystèmes naturels vulnérables et dégradés des zones marines, côtières et terrestres
		1.3.2	Identifier, adapter et promouvoir des programmes de compensation innovants, financés par l'industrie et par les visiteurs ("tourism pay-back", écotaxes, partenariats public-privé, etc.).
		1.3.3	Développer une approche autour des solutions fondées sur la nature, faite d'activités de partage des connaissances et de projets-pilotes

Objectif	Orientation stratégique	N°	Action
	1.4. Equilibrer le développement territorial du tourisme entre zones côtières et arrière-pays	1.4.1	Encourager une planification territoriale inclusive grâce à une autonomisation des responsables politiques locaux et nationaux, à des programmes de renforcement des capacités, et à des activités de partage des connaissances
		1.4.2	Favoriser les activités et les équipements de tourisme rural au moyen des investissements publics, de la redistribution fiscale et de campagnes de communication
2. PROGRÈS SOCIAL / ÉGALITÉ / INCLUSION : Garantir les droits sociaux, un travail décent, l'égalité des chances et l'accès aux ressources de base pour les populations locales	2.1 Promouvoir et appuyer la création, la propriété et le développement d'entreprises locales de tourisme durable	2.1.1	Promouvoir les formations sur la technique, le management et l'entrepreneuriat, les pôles professionnels et les activités de réseautage autour des produits et des services de tourisme durable
		2.1.2	Soutenir la création et la diffusion de programmes de financement dédiés pour le lancement et le développement d'entreprises locales de tourisme durable
	2.2. Développer un secteur du tourisme inclusif et responsable qui favorise les emplois décents, garantit les droits sociaux et intègre les groupes vulnérables, en particulier les femmes, les jeunes et les minorités	2.2.1	Soutenir les partenariats public-privé, les programmes et les politiques permettant d'améliorer les retombées sociétales, d'apporter une protection sociale et de garantir des ressources de base pour les personnes travaillant dans l'industrie du tourisme
		2.2.2	Identifier, adapter ou développer des labels et des certifications pour mettre en valeur les équipements, produits et services de tourisme locaux, inclusifs et responsables
	2.3 Améliorer l'accès à l'éducation, au développement professionnel, aux programmes éducatifs et aux formations sur le tourisme durable, pour les personnes travaillant dans le secteur du tourisme comme pour les populations locales	2.3.1	Concevoir, soutenir et mettre en œuvre des programmes d'éducation continue et des centres de formation professionnelle pour un secteur du tourisme durable
3. SUCCÈS ÉCONOMIQUE / DÉVELOPPEMENT / PROSPÉRITÉ : Assurer la résilience, la compétitivité et l'innovation de l'industrie du tourisme, de ses produits et de ses services, en favorisant un meilleur équilibre entre tourisme et économie territoriale à l'échelle des destinations	2.4 Promouvoir le développement du tourisme aux échelles infrarégionale, nationale et locale, et encourager les politiques de tourisme social aux niveaux national et local	2.4.1	Accélérer le développement d'activités et de services de tourisme adaptés au marché intérieur
		2.4.2	Soutenir une gestion et un contrôle local du marché du tourisme intérieur
		3.1.1	Soutenir les activités de développement des capacités, les stratégies et les politiques visant à développer des formes alternatives de tourisme
		3.1.2	Coordonner les activités de renforcement des capacités, les politiques nationales et les stratégies locales pour permettre aux équipements et services de tourisme et de voyage de s'adapter aux risques environnementaux et sociétaux

	3.2 Suivre, évaluer et attirer des investissements orientés vers des activités vertes, locales et circulaires dans le secteur touristique	3.2.1	Promouvoir l'utilisation d'outils et de modèles cohérents pour évaluer et mesurer la contribution du secteur du tourisme aux économies nationales et locales
		3.2.2	Promouvoir les mécanismes financiers, les incitations et les prêts pour investir dans les produits et les services de tourisme alternatifs
		3.2.3	Promouvoir des mécanismes financiers, des incitations et des prêts pour maximiser les avantages économiques du tourisme auprès des communautés locales des destinations qui accueillent les activités de tourisme, y compris les affrètements et les navires de croisière
	3.3 Permettre le développement de l'agriculture, de l'artisanat et de l'entreprise à l'échelle locale (destination), en favorisant les synergies entre secteurs économiques	3.3.1	Soutenir le développement des produits et services d'origine locale adaptés au marché du tourisme
		3.3.2	Promouvoir la communication, la distribution et le marketing de produits et de services d'origine locale
4. PATRIMOINE / ATOUS CULTURELS : Protéger et valoriser le patrimoine et les biens culturels, en créant des rapports équilibrés, respectueux et fructueux	4.1 Identifier, valoriser et protéger le patrimoine culturel, l'identité locale et les savoirs traditionnels	4.1.1	Identifier les foyers culturels vulnérables, et <i>incentiviser</i> leur protection et leur certification
		4.1.2	Sensibiliser le public et promouvoir le patrimoine culturel méditerranéen
	4.2 Disséminer des outils et des procédures pour mesurer et surveiller les impacts du tourisme sur la culture	4.2.1	Sensibiliser les parties prenantes et renforcer leur maîtrise des outils et des procédures d'évaluation des impacts culturels
		4.2.2	Intégrer le suivi et les indicateurs d'impact culturel dans des observatoires du tourisme nationaux et locaux
	4.3 Sensibiliser, éduquer et renforcer les capacités vers des comportements responsables et durables	4.3.1	Promouvoir les programmes éducatifs sur le tourisme responsable et durable
		4.3.2	Encourager des séjours, des voyages et des trajets plus longs, plus divers et mieux répartis (sur le plan spatial et temporel)
5. GOUVERNANCE PARTAGÉE : Garantir l'inclusion, l'efficacité et la transparence dans la conception, la mise en œuvre et le suivi des politiques	5.1 Renforcer le suivi, l'application et la conformité avec les protocoles de la Convention de Barcelone et d'autres initiatives et mécanismes politiques régionaux, complétés par les approches nationales	5.1.1	Renforcer la mise en œuvre, le suivi et l'application des réglementations locales et nationales relatives à la SMDD 2016-2025, au Protocole GIZC, au PA CPD et au PAS BIO
	5.2 Promouvoir des dialogues et collaborations transparents et inclusifs à tous les niveaux (local et national) entre décideurs locaux et nationaux, professionnels du tourisme, entreprises et populations	5.2.1	Etendre l'approche SDMO (<i>Sustainable Destination Management Organization</i> , ou organisation de la gestion des destinations durable) aux destinations locales
		5.2.2	Promouvoir la création d'observatoires, de dialogues et de programmes de partenariat multi-acteurs aux échelles locale et nationales
	5.3 Promouvoir les pratiques intersectorielles de planification, de développement et de suivi de politiques pour toute la chaîne de valeur du secteur touristique, au moyen d'outils de gouvernance adaptés	5.3.1	Encourager une planification transversale et intégrée au moyen de comités interministériels et de plateformes multisectorielles
		5.3.2	Soutenir le développement et la mise en œuvre de stratégies locales et nationales sur le tourisme durable

Source : Plan Bleu

6. MISE EN ŒUVRE, FINANCEMENT ET SUIVI DES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES POUR LE TOURISME DURABLE EN MÉDITERRANÉE

Ce dernier chapitre examine des mécanismes potentiels pour appuyer la mise en œuvre, le financement et le suivi des actions recommandées par les orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée.

6.1. INSTITUTIONS, ACTEURS ET PROCESSUS

Ce sous-chapitre présente les institutions, acteurs et processus existants associés au développement et à la mise en œuvre des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée. Il propose également des rôles et des activités concrètes pour les principales parties prenantes régionales participant à des stratégies régionales en lien avec ces orientations stratégiques, comme par exemple la SMDD 2016-2025 et la Convention de Barcelone en général.

6.1.1. Les acteurs régionaux

Comme pour la SMDD 2016-2025, la mise en œuvre des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée doit être une démarche collective. Bien que cette démarche soit facilitée par le système du Plan d'Action pour la Méditerranée (PAM), c'est la participation active de toutes les parties prenantes qui jouera un rôle décisif dans cette mise en œuvre.

- **Système PAM** : Le système PAM, qui englobe le Secrétariat ONU Environnement/PAM-Convention de Barcelone avec ses différentes composantes et centres d'activités régionales (CAR), ainsi que la Commission méditerranéenne du développement durable (CMDD), apportera des lignes directrices et des instructions techniques aux Parties et aux partenaires concernés. Il devrait également être chargé de coordonner la mise en œuvre des actions et des processus de suivi afin de faciliter le partage des bonnes pratiques et des meilleures expériences disponibles.
- **CMDD** : La Commission méditerranéenne du développement durable joue un rôle-clé au sein du système PAM pour appuyer le développement et la mise en œuvre des orientations stratégiques pour le développement durable en Méditerranée. Agissant comme un point de référence central et rassemblant des représentants des Parties et

partenaires agissant dans le domaine du développement durable, appuyée par le Secrétariat ONU Environnement/PAM et par le Plan Bleu, la CMDD devrait travailler en étroite collaboration avec les organisations concernées pour assurer la mise en œuvre efficace des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée. En 1999, la CMDD a formulé des recommandations en matière de tourisme durable en Méditerranée²⁹ : ces recommandations et propositions d'action découlent des travaux entrepris depuis 1997 par la CMDD sur le thème du tourisme.

- **Pays méditerranéens** : Les pays méditerranéens sont invités à utiliser les orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée comme point de référence pour une meilleure intégration du développement durable à leurs politiques nationales sur le tourisme. Ces orientations stratégiques leur apportent des outils pour développer des synergies horizontales entre différents secteurs, ainsi que des synergies verticales entre différents niveaux d'administration, du niveau local au niveau central et vice-versa. Cela leur permettra de mieux coordonner et intégrer les politiques sur le tourisme autour de l'objectif de la durabilité.
- **Institutions intergouvernementales régionales et infrarégionales** : Ces institutions formeront une masse critique importante d'acteurs nationaux et régionaux œuvrant pour le développement durable et inclusif du tourisme. Elles permettront également d'utiliser plus efficacement des ressources humaines et financières limitées, en mettant en place des activités communes. Pour ces partenaires, les orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée représentent un cadre cohérent et intégré qui leur apporte des lignes directrices et des actions nécessaires pour développer un tourisme durable dans la région.

29 ONU/Environnement/PAM (1999). Tourisme et développement durable : recommandations et propositions d'actions formulées par la Commission méditerranéenne du développement durable (CMDD) et adoptées par la onzième réunion ordinaire des Parties contractantes à la Convention de Barcelone (Malte, 27-30 octobre 1999). Athènes, Sophia-Antipolis

- **Secteur privé** : Le secteur privé, acteur-clé de l'économie verte émergente, est un allié de taille pour le financement et la mise en œuvre des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée. L'action du secteur privé peut s'effectuer non seulement à travers les politiques de responsabilité sociétale des entreprises (RSE), mais aussi à travers l'utilisation par les entreprises de modèles commerciaux circulaires, sociaux et verts innovants dans toute la filière du tourisme. Le secteur privé peut également contribuer à rendre ses opérations viables sur le plan économique et financier, en réduisant les coûts et en améliorant les marges.
- **Recherche scientifique** : La science joue un rôle essentiel. Le développement d'actions et de politiques aux niveaux national ou régional doit reposer sur des données factuelles solides. Les outils analytiques qui permettront d'anticiper, de planifier et d'évaluer les impacts et les actions dans le champ du développement durable doivent être développés en collaboration avec la communauté scientifique, qui doit par ailleurs orienter sa capacité de recherche pour appuyer la prise de décision.
- **Société civile** : En plus de son rôle de catalyseur permettant d'appuyer et de surveiller les processus de mise en œuvre aux niveaux régional et national, la société civile – au sein de laquelle on retrouve des organisations accréditées en tant que partenaires officiels du PAM – peut prendre en charge des missions importantes de sensibilisation. La société civile agit également comme un troisième pilier de la gouvernance, à côté des responsables politiques et des instances juridiques, pour garantir la transparence et assurer la participation de tous les citoyens.
- **Organismes de financement** : Les bailleurs de fonds sont des partenaires nécessaires au financement des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée. A l'usage de ces partenaires, ces orientations stratégiques contiennent un ensemble d'objectifs régionaux partagés. Ces orientations stratégiques peuvent permettre de catégoriser et d'évaluer les demandes de financements qui ont pour but de développer le tourisme durable dans la région.

Le sous-chapitre suivant détaille le rôle potentiel des parties prenantes concernées dans la mise en œuvre des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée.

6.1.2. Rôle des parties prenantes

Comme nous l'avons vu, la région méditerranéenne comprend un grand nombre d'institutions très variées aux niveaux national, régional et international, dotées d'expériences et de capacités pour apporter une contribution positive à la mise en œuvre des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée. Les institutions listées ci-dessous ont été identifiées comme des leaders ou des coordinateurs potentiels pour la mise en œuvre des différents objectifs, orientations stratégiques ou actions pour le tourisme durable en Méditerranée.

• ONU Environnement/PAM et ses centres d'activités régionales (CAR)

- **L'Unité de coordination (UC) de l'ONU Environnement/PAM responsable du Secrétariat de la Convention de Barcelone** : L'ONU Environnement/PAM joue un rôle essentiel dans la coordination de toutes les activités relatives au développement, à la mise en œuvre, au suivi et à l'évaluation de la Convention de Barcelone ainsi que de ses protocoles et stratégies. En interaction permanente avec les Parties contractantes, l'ONU Environnement/PAM occupe une position centrale pour garantir l'appropriation et la mise en œuvre des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée, en supervisant les CAR et en apportant un appui technique à la CMDD. Par ailleurs, en tant qu'OIG agissant dans le domaine de l'environnement, il entretient des liens efficaces avec l'ONU et d'autres organismes intergouvernementaux, ce qui permet de garantir la cohérence de son action avec d'autres cadres internationaux.
- **Le Centre d'activités régionales Plan Bleu (CAR/PB)** : Le Plan Bleu agit comme un centre d'observation, d'analyse et de prospective autour des problématiques d'environnement et de développement en Méditerranée. Après avoir participé activement au processus de révision de la SMDD, le Plan Bleu est aujourd'hui chargé du suivi et de l'évaluation de la mise en œuvre de la Stratégie. Le Plan Bleu pourrait piloter la mise en œuvre et le suivi de plusieurs orientations stratégiques et actions pour le tourisme durable en Méditerranée, en particulier celles qui renvoient à la collecte et à l'analyse des données, à la gouvernance et à la labellisation. Sous la direction de la CMDD et de l'unité de coordination de l'ONU Environnement/PAM, le Plan Bleu pourrait être chargé de la conception d'ensemble et de la coordination d'une éventuelle Stratégie méditerranéenne pour le tourisme durable, à travers des exercices de consultation des parties prenantes, de mise en œuvre et de suivi. Le Plan Bleu pourrait également assumer le suivi des actions et des activités liées aux problématiques sociétales (Objectif 2) et de gouvernance (Objectif 5).
- **Le Centre d'activités régionales pour les consommation et production durables (CAR/CPD)** : Le CAR/CPD encourage les modèles de consommation et de production durables dans la région méditerranéenne. Le centre a coordonné le processus de préparation du PA CPD et participe actuellement à l'initiative SwitchMed³⁰, qui soutient entre autres l'entrepreneuriat vert, les initiatives menées par des organisations de la société civile, des projets pilote avec des PME et les politiques de CPD dans le secteur du tourisme du sud de la Méditerranée. Le CAR/CPD pourrait coordonner des actions (renforcement des capacités, guides, politiques, etc.) visant à rendre l'industrie du tourisme plus verte et à développer des services, des produits et des entreprises éco-innovants, en mettant l'accent sur l'identification et l'élargissement à l'échelle régionale locales réussies. Il pourrait superviser les actions relatives à la compétitivité économiques et à l'innovation (Objectif 3).

30 <https://www.switchmed.eu>

- **Le Centre d'activités régionales Programme d'action prioritaire (CAR/PAP)** : Le CAR/PAP travaille sur les zones côtières et leurs ressources en Méditerranée. Sa principale activité consiste à aider les pays à mettre en place le Protocole GIZC et le Plan d'action régional qui y est associé au moyen d'actions de planification stratégique ou sur site, en renforçant la gouvernance, ainsi qu'en développant des outils d'aide à la décision, des formations, des actions de renforcement des capacités et des activités de sensibilisation. Le CAR/PAP pourrait donc être chargé des actions relatives à l'intégrité environnementale (Objectif 1), en particulier la mise en place d'évaluations environnementales du tourisme côtier et le développement d'activités de renforcement des capacités, de guides, d'aide à la décision, etc. Par ailleurs, du fait de l'approche systémique et transversale développée par le Protocole GIZC, le CAR/PAP est également concerné par les Objectifs 3 (économie) et 5 (gouvernance).
- **Le Centre d'activités régionales pour les aires spécialement protégées (CAR/ASP)** : Le CAR/ASP aide les pays méditerranéens à remplir leurs engagements définis par le Protocole relatif aux aires spécialement protégées et à la diversité biologique en Méditerranée, à travers la mise en œuvre du PAS BIO. Le centre dispose d'une expertise solide dans la recherche scientifique et le développement de politiques sur les espèces menacées et sur les aires marines et côtières les plus fragiles. Il pourrait donc jouer un rôle-clé dans la mise en œuvre d'actions et d'activités relatives à l'identification, à la restauration et à la protection des écosystèmes naturels sur la côte méditerranéenne et dans les environnements marins (Objectif 1).
- **MED POL** : Le programme MED POL est la composante de l'ONU Environnement/PAM chargée de mesurer et de surveiller la pollution marine. Il est chargé du suivi de la mise en œuvre des Protocoles relatifs à la protection du milieu marin contre la pollution due aux activités terrestres et au déversement de déchets dangereux. MED POL peut aider les pays méditerranéens à développer et à mettre en place des programmes de surveillance et de suivi de la pollution, afin de réduire la production de déchets par le tourisme côtier, en mettant l'accent sur le rejet de déchets en mer.
- **Le Centre régional méditerranéen pour l'intervention d'urgence contre la pollution marine accidentelle (REMPEC)** : Le REMPEC a pour but de faciliter la coopération entre pays méditerranéens pour combattre la pollution marine due aux hydrocarbures, notamment en renforçant les capacités nationales et en établissant un système d'information régional. Grâce à cette expérience, le REMPEC pourrait contribuer aux orientations stratégiques, activités et actions liées au secteur des croisières, notamment pour réduire la pollution marine et atmosphérique causée par les navires en mer.

• Autres organismes de l'ONU

- **L'organisation mondiale du tourisme (OMT)** : L'OMT est l'agence des Nations Unies responsable de la promotion du tourisme. L'OMT pourrait soutenir la mise en œuvre du Code d'éthique mondiale pour le tourisme, pour en faire un outil contribuant à rendre l'industrie du tourisme plus responsable et plus durable. Elle pourrait également coordonner des activités autour de l'amélioration des politiques publiques, de la sensibilisation et des processus de planification, en développant des programmes de renforcement des capacités et en publiant des guides au niveau régional.
 - **Le Centre du patrimoine mondial (CPM) de l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO)** : le CPM a pour but d'encourager l'identification, la protection et la préservation du patrimoine culturel et naturel à travers le monde. Le CPM dispose de la méthodologie, de l'expérience et de l'influence politique nécessaires pour identifier les sites méditerranéens vulnérables et soutenir leur protection par la loi, ainsi que leur restauration si nécessaire, en apportant des aides techniques et financières. Il pourrait contribuer aux orientations stratégiques liées aux impacts culturels du tourisme (Objectif 4).
 - **Le Programme des Nations unies pour le développement (PNUD)** : le PNUD est l'organisme de l'ONU chargé du développement international et de la mise en œuvre des ODD. Agissant principalement dans les pays en développement et les pays sortant d'une crise, le PNUD dispose de la capacité technique et de l'expérience de terrain nécessaires pour évaluer et catalyser la contribution des activités de tourisme au développement durable des communautés locales. Le PNUD pourrait contribuer aux orientations stratégiques relatives aux impacts sociaux du tourisme (Objectif 2).
- #### • Organisations internationales
- **L'Organisation pour la coopération économique et le développement (OCDE)** : L'OCDE encourage les politiques visant à améliorer le bien-être économique et social des populations à travers le monde. Dans le cadre des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée, l'OCDE pourrait soutenir les activités liées aux politiques publiques, à la réglementation, à la fiscalité, aux programmes d'investissement et à la planification, en organisant des activités d'apprentissage mutuel, en publiant des conseils pour le développement des politiques et en évaluant ces politiques aux niveaux régional et national.

• Organisations régionales

- **La Commission européenne (CE)** : Neuf pays méditerranéens sont actuellement membres de l'Union européenne. Par le biais de sa DG GROW (marché et industrie), la CE pourrait partager l'expérience et les bonnes pratiques des États-membres en matière de développement de politiques économiques. Par le biais de la DG NEAR (coopération), la CE pourrait financer des actions et des activités spécifiques ayant un impact direct sur les PSEM. En outre, l'objectif spécifique 3.1 « Améliorer le développement du tourisme côtier et maritime durable dans la région MED » du programme Interreg Med 2014-2020 cofinancé par le Fonds européen de développement régional peut également contribuer aux activités de développement communautaire, ainsi qu'à des actions de communication et de capitalisation³¹.
- **L'Union pour la Méditerranée (UpM)** : L'UpM est un organisme régional composé de pays méditerranéens et d'États-membres de l'UE. Elle travaille sur des projets régionaux dans le domaine de l'éducation, de la recherche, de l'entreprise, de l'environnement, de l'énergie et des transports. Bien que son action ne couvre pas explicitement le secteur du tourisme, celle-ci peut être utile pour faire le lien avec les autorités nationales, afin de garantir l'engagement politique des États-membres.

31 <http://interreg-med.eu/fr/thematics/sustainable-tourism/>

Tableau 12 : Principales parties prenantes chargées de coordonner la mise en œuvre des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée

Partie prenante	Rôle
CMDD	Coordination politique
Secrétariat de l'ONU Environnement/PAM et ses composantes	Coordination technique
Commission européenne	Soutien politique et financier
UpM	Soutien politique
OCDE	Expertise sur les politiques
PNUD	Expertise sur le développement
UNESCO	Expertise sur la culture
OMT	Expertise sur le tourisme

Source : Plan Bleu

6.1.3. Autres parties prenantes

En plus des instances énumérées ci-dessus susceptibles de jouer un rôle de leader ou de coordinateur, d'autres institutions et organisations nationales, régionales et internationales établies en Méditerranée disposent de l'expérience et des capacités nécessaires pour apporter une contribution positive à la mise en œuvre des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée. Les institutions suivantes ont été identifiées comme des partenaires potentiels pour la réalisation de certains objectifs, orientations ou actions.

• Organisations internationales

- **L'Union africaine** : Cinq pays méditerranéens (Algérie, Égypte, Lybie, Maroc et Tunisie) sont membres de l'Union africaine. Les questions relatives au tourisme sont coordonnées par la Commission infrastructures et énergie, et portées sur le plan politique par le Groupe de travail ministériel sur la stratégie de long terme pour le développement du tourisme en Afrique³². Au sein de l'Agenda 2063 récemment adopté par l'Union africaine, l'objectif 1.5.5.2 fait explicitement référence au tourisme : « Hausse de la contribution du tourisme au PIB multipliée par au moins cinq », bien qu'aucune référence ne soit faite au tourisme durable. L'Union africaine pourrait soutenir des activités infrarégionales.
 - **L'Organisation de coopération économique de la mer Noire (OCEMN)** : Trois pays méditerranéens (Albanie, Grèce et Turquie) sont membres de l'OCEMN. Le tourisme est l'un des domaines de coopération, avec l'objectif de promouvoir la région de l'OCEMN pour en faire « l'une des premières destinations touristiques au monde ». L'objectif 8 de l'Agenda économique de l'OCEMN évoque le « Développement du tourisme et [la] protection du patrimoine culturel ». Cet objectif a également pour but de « Garantir le développement d'un tourisme durable en adoptant des stratégies de croissance verte qui permettront l'expansion économique tout en préservant le patrimoine naturel et culturel ». L'OCEMN pourrait soutenir des activités infrarégionales.
- Institutions financières
- **La Banque européenne d'investissement (BEI)** : La BEI est l'organe de l'Union européenne chargé des prêts de long terme. La BEI utilise ses actions de financement pour promouvoir l'intégration européenne et la cohésion sociale. Elle pourrait fournir des prêts de petite et moyenne tailles en soutien à des activités régionales et nationales en rapport avec le développement de produits et de services de tourisme et de voyage durables.

32 <https://au.int/web/en/newsevents/29732/meeting-ministerial-working-group-long-term-tourism-development-strategy-africa>

- **La Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD)** : La BERD est une institution financière internationale majeure qui remplit la fonction de banque d'investissement multilatérale pour le développement à l'usage des économies de marché. La BERD pourrait fournir des prêts de petite et moyenne tailles pour aider à rendre les équipements de tourisme et de voyage plus verts aux échelles régionale et nationale.
- ONG régionales (partenaires du PAM)
- **Le Bureau méditerranéen de l'information pour l'environnement, la culture et le développement durable (MIO-ECSDE)** : Le MIO-ECSDE est une fédération méditerranéenne d'ONG environnementales. Doté de plus de 100 membres, le réseau couvre les pays du sud et du nord. Le bureau a participé à l'initiative H2020 Med visant à dépolluer la mer Méditerranée, dans laquelle il a piloté les activités de renforcement des capacités. Le MIO-ECSDE pourrait coordonner les interactions avec les ONG nationales des rives nord et sud de la Méditerranée.
 - **UICN-Med** : L'UICN-Med est le bureau de coopération pour la région Méditerranée de l'Union internationale pour la conservation de la nature. Ses membres sont des États, des collectivités locales et régionales et des ONG. Ce bureau travaille en particulier sur les espèces envahissantes, la gouvernance en matière d'environnement et le soutien de la société civile. L'UICN-Med pourrait apporter une assistance technique au secteur du tourisme sur les actions concernant la nature, en s'appuyant sur ses projets et travaux existants.
 - **WWF-Med** : Cette ONG internationale est présente dans plusieurs pays des rives nord et sud sous la forme de délégations nationales. Elle est également dotée d'un bureau régional méditerranéen qui couvre les questions transnationales. Le WWF-Med a récemment publié le rapport Med-trends³³ qui analyse les pressions exercées sur les écosystèmes marins par l'industrie et les activités humaines, parmi lesquelles le tourisme et les croisières. Cette ONG pourrait apporter une assistance technique pour les activités de communication.

6.1.4. Liens avec les processus et cadres institutionnels

Le développement d'un futur cadre stratégique régional pour le tourisme durable en Méditerranée (stratégie) devrait se faire en cohérence avec les politiques régionales déjà approuvées au sein du système PAM. Il devra intégrer les conclusions de la dernière réunion ordinaire des Parties contractantes de la Convention de Barcelone (COP19) qui s'est tenue à Athènes en Grèce en février 2016, en particulier la SMDD 2016-2025 et le PA CPD.

33 <http://www.medtrends.org/>

L'élaboration d'une possible stratégie méditerranéenne pour le tourisme durable devrait suivre le même processus institutionnel et inclusif que la révision de la SMDD, avec un mandat officiel de la part des Parties³⁴. Le contenu de cette future stratégie devra être présenté aux représentants gouvernementaux et aux principales parties prenantes dans le cadre d'un large exercice de consultation, afin de recueillir leurs avis, commentaires et éventuels ajouts. Une proposition intermédiaire devrait ensuite être discutée et validée par le CMDD. Enfin, le Cadre stratégique régional pour le tourisme durable en Méditerranée devra être soumis pour validation lors de la prochaine Conférence des parties (COP) de la Convention de Barcelone.

6.2. LES RESSOURCES POUR LA MISE EN ŒUVRE DES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES POUR LE TOURISME DURABLE EN MÉDITERRANÉE

Si le coût du développement des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée reste relativement modeste, les investissements nécessaires pour mettre en œuvre ces orientations sont significativement plus élevés, comme c'est également le cas pour la SMDD 2016-2025. Il est donc essentiel de mobiliser des investissements privés et alternatifs pour financer des actions et activités concrètes.

Les données disponibles³⁵ montrent une baisse constante des investissements privés internationaux, due à l'insécurité croissante qui règne dans la région. Cette baisse est en partie compensée par les aides publiques qui se concentrent sur un élément classique de l'offre touristique : le développement d'équipements (et principalement d'hébergements).

On trouvera ci-dessous une liste synthétique des sources de financements pour les initiatives relatives au tourisme.

- Aides publiques multilatérales : Banque mondiale, PNUD, FEM, etc.
- Aides publiques bilatérales étrangères : USAID, GIZ, AFD, etc.
- Fonds de coopération thématiques internationaux : OMT, 10YFP Tourisme durable, programme COSME de la Commission européenne, etc.
- Fonds régionaux de coopération : ENI CBC Med, Horizon 2020, etc.
- Fonds nationaux d'investissement : Autorités d'investissement, fonds souverains, etc.

34 Le processus de révision de la SMDD a été coordonné par la CMDD, avec l'assistance technique de l'Unité de coordination de l'ONU Environnement/PAM, par l'intermédiaire CAR Plan Bleu et avec le soutien des autres composantes du PAM. La SMDD 2016-2025 a été développée au terme d'un processus hautement inclusif, auquel tous les États-membres et tous les principaux partenaires régionaux ont eu l'opportunité de participer. Voir http://planbleu.org/sites/default/files/upload/files/MSSD_Rev_NewsBrief2_February2015.pdf

35 AFD & Horwath HTL (2013). Study on financing sustainable tourism in Developing countries (Etude sur le financement du tourisme durable dans les pays en développement) – Annexe 3

- Programmes thématiques d'investissement nationaux : programme Renovotel (Maroc), Loi sur l'amélioration du tourisme (Turquie), etc.
- Financements locaux : principalement en provenance des collectivités locales et/ou des associations d'opérateurs économiques du secteur du tourisme.

Dans un contexte marqué par de sévères contraintes économiques et une forte instabilité politique, les financements traditionnels en provenance des Etats ou des acteurs institutionnels sont de plus en plus instables et limités. Il est donc nécessaire d'encourager des mécanismes innovants :

- **Partenariats Public-Privé (PPP)** : Un PPP est un contrat de long terme entre un ou plusieurs acteurs privés et un acteur public (entité gouvernementale, autorité locale, agence publique...) pour la livraison d'un bien ou d'un service public, dans lequel la partie privée assume une forte part de responsabilité des risques et de la gestion, et où la rémunération est liée à la performance³⁶.
- **Initiatives des marchés** : Les ressources pour financer la performance en matière de durabilité d'un service/produit/destination peuvent provenir du marché, à travers le versement d'une contribution volontaire ou intégrée au prix de vente servant à financer des mesures de conservation/restauration/atténuation.
- **Financement participatif** : Le financement participatif (ou *crowdfunding*) est l'utilisation de ressources financières personnelles pour financer des initiatives privées sous forme de petites subventions, de donations ou de capitaux propres. Ces financements peuvent être mis en place de différentes manières (ascendante ou descendante) au moyen de plateformes en ligne dédiées qui connectent une communauté de personnes partageant des principes communs (culturel, géographique, etc.). On pourra se référer aux résultats d'une enquête récemment organisée par le CAR/CPD sur les financements participatifs au Moyen Orient et en Afrique du Nord³⁷.
- **Bénévolat** : Beaucoup de personnes jeunes ou moins jeunes (retraités) sont prêtes à travailler bénévolement à condition que ces activités soient d'intérêt général (par exemple, restauration de l'environnement, nettoyage des plages, etc.). Différentes administrations publiques (par exemple, organismes de gestion des parcs) bénéficient déjà de cette contribution gratuite et enthousiaste.
- **Diaspora** : Les communautés issues des diasporas sont très développées dans toute la région méditerranéenne. Ces populations, qui disposent souvent d'une capacité technique et financière élevées, peuvent être désireuses de collaborer à la restauration et au développement de leur lieu d'origine.

Leur contribution peut être canalisée au moyen de plateformes de financement participatif, ou directement en faisant le lien entre bailleurs de fonds et initiatives de terrain.

6.3. SYSTÈME ET INDICATEURS DE SUIVI

Un système de suivi complet, doté d'indicateurs adaptés, est nécessaire pour évaluer la mise en œuvre et l'impact des orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée, selon les modalités ci-dessous.

6.3.1. Structure d'évaluation et de suivi

Le programme d'évaluation et de suivi doit être cohérent, adaptable et multi-niveaux afin de fournir une représentation réaliste du tourisme dans un environnement complexe et instable. En particulier, il est important de prendre en compte de manière adéquate deux perspectives complémentaires :

- **Mise en œuvre** : Evaluer le développement des actions recommandées par les orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée, le niveau de réalisation et l'écart par rapport aux objectifs (par exemple, le nombre de pays en conformité avec une action).
- **Tendances du tourisme** : Suivre les progrès réalisés dans la mise en place de pratiques durables dans le domaine du tourisme, en créant un tableau de bord en rapport avec les objectifs (par exemple, la réduction de la consommation en eau ou des émissions de gaz à effet de serre).

Dans le même temps, chacune de ces perspectives horizontales doit être déclinée pour une échelle géographique donnée.

- **Echelle locale** : Evaluer l'impact sur les communautés locales, les quartiers, les villes et les sous-régions. Il est nécessaire de mettre en avant de manière efficace les parties prenantes locales et les mécanismes de participation afin d'identifier des indicateurs adaptés, qui pourront varier suivant la situation sociale, environnementale, culturelle ou économique des destinations.
- **Echelle nationale** : Suivre la situation à l'échelle du pays. En particulier, il faudra établir des liens entre programmes locaux et régionaux issus de pays et de secteurs économiques différents, afin de produire une représentation complète et cohérente de la situation à un moment donné.
- **Echelle régionale** : Suivre les progrès à l'échelle méditerranéenne. Ce suivi devra être intégré aux programmes d'autres institutions internationales (voir le prochain sous-chapitre).

6.3.2. Liens avec les autres programmes

Le système de suivi et les tableaux de bords relatifs aux orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée doivent être mis en cohérence avec les autres programmes de suivi du secteur du tourisme durable et, plus généralement, avec les programmes émanant de cadres régionaux ou internationaux pour le développement durable.

Au niveau méditerranéen, ce système devra reposer en particulier sur les résultats de la SMDD 2005-2015 qui proposait d'évaluer les progrès réalisés par le tourisme durable au moyen d'un Observatoire méditerranéen du tourisme et d'un label de qualité³⁸. Plus récemment, dans le cadre de SMDD 2016-2025 et du PA CPD, le Plan Bleu et le CAR/CPD ont entrepris d'identifier et de valider des indicateurs thématiques qui seront également utiles pour les orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée.

Au niveau international, l'OMT a été dès 2004 l'un des premiers à publier des lignes directrices concernant les indicateurs sur le tourisme durable³⁹. Par l'intermédiaire du GSTC (conseil mondial pour le tourisme durable), le secteur du tourisme définit également des critères reconnus⁴⁰ pour les destinations et les entreprises, lesquelles ont conduit à la création de différentes certifications et labels utilisés au niveau international.

38 Vers un observatoire et un « label qualité » de la durabilité du tourisme en Méditerranée, Plan Bleu (2012)

39 OMT (2004). Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook

40 <https://www.gstcouncil.org/en/gstc-certification/gstc-criteria/sustainable-tourism-gstc-criteria.html>

Les indicateurs des ODD doivent également être pris en compte. Enfin le Programme-cadre décennal de l'ONU Environnement (10YFP) sur le tourisme durable propose des critères qui doivent eux aussi être examinés.

Au niveau européen, la Commission européenne a publié en 2013 le système européen d'indicateurs du tourisme (ETIS)⁴¹ : un système européen adapté aux destinations touristiques, qui encourage ces dernières à adopter une approche plus intelligente en matière de planification touristique, en particulier grâce à la gestion, au suivi et à l'information. L'AEE⁴² travaille également à la conception d'un tableau de bord permettant de surveiller les impacts du tourisme, principalement d'un point de vue environnemental, en Europe et dans les pays voisins.

6.3.3 Sélection et suivi des indicateurs

La sélection des indicateurs de durabilité et l'élaboration d'un tableau de bord relatifs aux orientations stratégiques pour le tourisme durable en Méditerranée doivent être le résultat d'un processus collaboratif, dans lequel la CMDD peut jouer un rôle de conseil, tandis que le Plan Bleu serait chargé du secrétariat technique. Des rapports détaillés sur les progrès de la mise en œuvre devront être publiés régulièrement, au moins tous les deux ans. Une plateforme en ligne pourra être développée pour centraliser et partager toutes les données et les résultats afin d'échanger avec les parties prenantes d'une manière transparente, fiable et interactive.

41 http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_fr

42 <http://www.eea.europa.eu/soer-2015/europe/tourism>



Grèce

36 <http://ppp.worldbank.org/ppp/fran%C3%A7ais/partenariats-public-priv%C3%A9>

37 <http://www.switchmed.eu/en/e-library/synthesis-of-the-survey-on-crowdfunding-in-the-mena-region>

BIBLIOGRAPHIE

Publications

ONU Environnement/PAM (2016). *Stratégie méditerranéenne pour le développement durable 2016-2025*
ONU Environnement/PAM (2016). *Plan d'action régional pour la consommation et la production durables en Méditerranée*
ONU Environnement / DTIE (2009). *Pour un tourisme côtier durable : une approche de planification et de gestion intégrée*
ONU Environnement/PAM-CAR/ASP (2003). *Programme d'action stratégique pour la conservation de la diversité biologique en région Méditerranée (SAP BIO)*, CAR/ASP, Tunis
ONU Environnement/PAM-CAR/ASP (2003). *Impact du tourisme sur la biodiversité des milieux marins et côtiers en Méditerranée*, sous la dir. de J.D. KRAKIMEL, CAR/ASP, Tunis
ONU Environnement/PAM (2001). *Convention pour la protection de l'environnement marin et du littoral de la Méditerranée*
ONU Environnement/PAM (1999). *Tourisme et développement durable : recommandations et propositions d'actions formulées par la Commission méditerranéenne du développement durable (CMDD) et adoptées par la onzième réunion ordinaire des Parties contractantes à la Convention de Barcelone (Malte, 27-30 octobre 1999)*. Athènes, Sophia-Antipolis
Plan Bleu (2012). *Vers un observatoire et un « label de qualité » pour le tourisme durable en Méditerranée*
Plan Bleu (2011). *Croisières et Plaisance en Méditerranée*
Plan Bleu (2010). *Gestion de l'énergie, transport aérien et tourisme en Méditerranée*
UNESCO (2006). *Tourisme, culture et développement durable*
OMT (2016). *Tourism Trends Snapshot: Tourism in the Mediterranean, edition 2015*
OMT et EuropeAid (2013). *Guide « Un tourisme durable pour le développement »*
OMT et ONU Environnement (2005). *Vers un tourisme durable : guide à l'usage des décideurs*
WTTC (2015). *Economic Impact of Travel & Tourism in the Mediterranean*
WWF-France (2015). *Croissance bleue : la Méditerranée face au défi du bon état écologique*

Ressources en ligne

ONU Environnement/PAM : www.unep.org/unepmap/fr
Plan Bleu : www.planbleu.org; planbleu.org/fr/activites/tourisme
CAR/PAP : www.pap-thecoastcentre.org/index.php?lang=fr
CAR/ASP : www.rac-spa.org/fr
CAR/CPD : www.cprac.org/fr
ODD : www.sustainabledevelopment.un.org/
PNUD : www.undp.org/content/undp/fr/home.html
UNESCO : www.fr.unesco.org/
OMT : <http://www2.unwto.org/fr>
OCDE : www.oecd.org/fr/cfe/tourisme/
CE : ec.europa.eu/growth/sectors/tourism_fr
UpM : ufmsecretariat.org/fr/
WWF Medtrends : www.medtrends.org
SwitchMed: http://www.switchmed.eu/fr/news/actualites/le-guide-sur-les-labels-ecologiques-pour-le-tourisme-durable-est-enfin-disponible?set_language=fr
MEET : www.medecotourism.org
EuroMed Heritage: www.euromedheritage.net/index.cfm?lng=fr
S&T Med : www.stmedproject.eu/fr/

ANNEXES

Annexe 1 : SMDD 2005-2015, orientations et actions relatives au tourisme

Orientation	Action
Réduire les effets territoriaux et environnementaux négatifs du tourisme	1. Renforcer la mise en œuvre des recommandations sur le tourisme adoptées par les Parties contractantes en 1999, identifier les bonnes pratiques et réaliser d'ici 2008 un bilan approfondi des progrès réalisés.
	2. Promouvoir dans les pays sur la base des études de capacités d'accueil réalisées, une meilleure répartition des flux touristiques dans le temps et dans l'espace.
Promouvoir les produits et les offres de tourisme durable et augmenter la valeur ajoutée de l'économie touristique pour les populations locales	3. Élaborer, en concertation avec les ministères concernés, le secteur privé, les professionnels du tourisme durable et les promoteurs, un programme cadre de promotion de la Méditerranée d'une durée de 10 ans, qui devra mettre l'accent sur les atouts patrimoniaux, culturels et environnementaux de la région, en vue de la création d'un « label de qualité du tourisme méditerranéen ». Promouvoir une action pilote au niveau régional pour soutenir la mise en œuvre de programmes nationaux et locaux.
	4. Développer les formules de « tourism pay-back » (le tourisme paie en retour) de façon à ce que les touristes contribuent à entretenir l'environnement et le patrimoine culturel méditerranéens et à favoriser le développement durable des destinations.
	5. Explorer la possibilité de mettre en place des systèmes de redevance sur les transports, en particulier sur les transports maritimes et aériens vers les îles, pour contribuer au développement durable de ces régions.
	6. Mieux adapter le tourisme aux contraintes et possibilités offertes par les aires naturelles protégées, notamment en vue de préserver la biodiversité et le patrimoine naturel et culturel dans les parcs régionaux, les réserves de biosphère et le littoral protégé.
	7. Encourager les pays à promouvoir des programmes de réhabilitation dans les destinations dont les structures hôtelières et les infrastructures touristiques sont devenus obsolètes ou dont les sites historiques sont mal entretenus.
Améliorer la gouvernance pour le tourisme durable	8. Encourager la coordination entre les pays et les principaux opérateurs au niveau régional pour harmoniser les formes de régulation et développer des synergies.
	9. Renforcer les mécanismes de coopération entre les autorités en charge du tourisme et de l'environnement et les capacités des autorités locales pour gérer le développement du tourisme et promouvoir un tourisme durable.

Source : ONU Environnement/PAM, SMDD 2005-2015

Annexe 2 : SMDD 2016-2025, orientations stratégiques et actions relatives au tourisme

Objectif	Orientation stratégique	Action
Objectif 2 : Promouvoir la gestion des ressources, la production et la sécurité alimentaires au moyen de formes durables de développement rural	2.1 Promouvoir l'utilisation, la gestion et la conservation durables des ressources naturelles et des écosystèmes	2.1.6 Développer des modèles socio-économiques pour les choix stratégiques nationaux de l'allocation de l'eau entre les usages agricoles, industriels, touristiques et domestiques
	2.4 Promouvoir un développement rural inclusif et durable, qui mette l'accent sur l'éradication de la pauvreté, l'autonomisation des femmes et l'emploi des jeunes	2.4.3 Préparer des plans d'action pour soutenir le développement du tourisme rural qui atténuera la saturation des villes côtières et la surcharge du littoral en complexes hôteliers, stimulera l'utilisation de produits locaux et générera des opportunités d'emploi à l'échelle locale
	2.5 Assurer l'accès des producteurs locaux aux canaux de distribution et marchés, y compris le marché du tourisme	2.5.1 Entreprendre des actions pour améliorer l'accès des petits producteurs aux marchés, y compris le marché du tourisme, par le recours aux produits et processus innovants, programmes de coopération, instruments du marché, plans de commercialisation et programme de labellisation 2.5.2 Entreprendre des initiatives pour davantage sensibiliser aux bienfaits environnementaux, économiques et sociaux de la consommation des produits locaux, y compris dans le secteur du tourisme
Objectif 3 : Planifier et gérer des villes méditerranéennes durables	3.1 Appliquer des processus de planification territoriale holistiques et intégrés et autres instruments pertinents, améliorer le respect des obligations des règles et règlements respectifs, afin d'accroître la cohésion économique, sociale et territoriale et réduire les pressions sur l'environnement	3.1.2 Assurer que des instruments juridiquement contraignants pour le développement touristique soient en place pour les zones souffrant des pressions touristiques, de l'expansion immobilière et de la détérioration du littoral connexes
	3.3 Promouvoir la protection et la réhabilitation des zones urbaines historiques	3.3.3 Créer des opportunités pour renforcer le caractère distinctif local, à la fois dans la planification et le développement de projets, afin de renforcer l'attractivité locale en tant qu'outil pour le développement économique et le renforcement de l'avantage concurrentiel 3.3.5 Elaborer ou renforcer les réseaux existants de villes historiques en Méditerranée, impliquant les acteurs économiques, y compris le secteur du tourisme
Objectif 4 : Aborder le changement climatique en tant que question prioritaire pour la Méditerranée	4.4 Encourager les réformes institutionnelles, politiques et réglementaires pour l'intégration effective des réponses aux changements climatiques dans les cadres de développement nationaux et locaux, en particulier dans le secteur de l'énergie	4.4.1 Intégrer le changement climatique dans la législation et les politiques nationales et insister sur les mesures concernant l'énergie et les transports, ainsi que l'apport de mesures d'adaptation 'sans ou à faibles regrets', dans tous les secteurs et territoires vulnérables, tels que (...) le tourisme
Objectif 5 : Transition vers une économie verte et bleue	5.3 Promouvoir des modèles de consommation et production durables	5.3.1. Appliquer le PA CPD 5.3.2. Entreprendre des programmes de sensibilisation sur les modes de vie durables pour un comportement durable 5.3.3. Mettre en œuvre un programme de renforcement des capacités pour soutenir les pays dans leur application du PA CPD

Source : ONU Environnement/PAM, SMDD 2016-2025

Annexe 3 : Objectifs et actions sur le tourisme du plan d'action régional CPD

Objectif opérationnel	Action
3.1 Développer et promouvoir des pratiques et des solutions pour assurer une utilisation efficace des ressources naturelles et réduire les impacts environnementaux liés au tourisme, tout en respectant les capacités d'espace, écologiques et socio-culturelles de la destination	26) Promouvoir le partage des connaissances sur la CPD appliquée au tourisme (par ex. meilleures pratiques environnementales et meilleures techniques disponibles) pour optimiser l'efficacité écologique des activités touristiques et l'utilisation de systèmes de gestion environnementale (ISO 14001)
	27) Mettre en place un modèle de gestion des destinations pour promouvoir le tourisme durable et créer un réseau de destinations durables
	28) Promouvoir la formation au tourisme durable local pour renforcer les capacités locales et améliorer celles qui existent déjà
	29) Promouvoir la diversification de l'offre touristique, en passant d'un tourisme de masse à des formes alternatives de tourisme (écotourisme, tourisme culturel, tourisme rural et tourisme hors saison) pour réduire les impacts de la saisonnalité et réduire les pressions environnementales sur les zones côtières
3.2 Promouvoir des mesures réglementaires, législatives et financières pour intégrer la CPD dans le domaine de la consommation et de la production touristiques, afin de réduire la saisonnalité du tourisme, en créant des emplois verts et décents, et de promouvoir l'engagement et l'autonomisation de la communauté locale	30) Réviser la législation actuelle sur le tourisme au niveau national pour faciliter l'intégration des principes et mesures de CPD dans le secteur du tourisme
	31) Créer des écotaxes ou éco-droits pour intégrer en interne les externalités (allègement fiscal des activités touristiques pendant la basse saison par exemple) en développant un fonds affecté exclusivement à l'amélioration de la qualité environnementale de la destination et la création d'emplois verts
	32) Promouvoir l'approche par l'évaluation des capacités d'accueil du tourisme (ECAT) en tant qu'analyse obligatoire pour la préparation de la planification nationale et locale du tourisme et l'approbation des nouveaux investissements touristiques
3.3 Sensibiliser et renforcer les capacités et les compétences techniques pour soutenir les destinations durables et les services de tourisme vert, et promouvoir le développement de plans marketing et d'outils de communication appropriés pour assurer un tourisme méditerranéen durable compétitif	33) Élaborer des politiques et des actions visant à réduire l'impact physique de l'activité touristiques
	34) Promouvoir les labels écologiques touristiques disposant de critères environnementaux fiables, basés sur un système de normes vérifié par un organisme indépendant (label écologique européen, Clef verte, Nordic Swan par exemple)
	35) Développer et mettre en œuvre des activités de renforcement des capacités pour les opérateurs privés du tourisme, en vue d'améliorer les capacités et la sensibilisation sur l'importance d'adopter des stratégies de consommation et de production durables
	36) Encourager les activités de marketing et de communication axées sur la promotion des destinations durables en Méditerranée et l'amélioration de la visibilité des fournisseurs de services de tourisme durable en Méditerranée sur les marchés nationaux et internationaux

Source : ONU Environnement/PAM, PA CPD, 2016

Annexe 4 : Stratégies pour le tourisme d'une sélection de pays méditerranéens

Pays	Titre du document (année)	Durée	Vision	Principes et objectifs
Algérie ⁴³	SDAT 2025 (2008)	2008-2025	Différencier l'offre touristique et cibler les marchés pour rendre le pays moins vulnérable, plus réactif et plus flexible face à l'instabilité du marché du tourisme	- Développer de nouveaux produits-phares ; - Exploiter l'expérience des autres pays méditerranéens concurrents ; - Effectuer les adaptations nécessaires en réponse à l'évolution de la demande ; - Prendre en compte une importante demande intérieure.
Égypte ⁴⁴	Stratégie touristique révisée 2013-2020 (2013)	2013-2020	Être l'une des destinations mondiales les plus diversifiées, différenciées et dynamiques pour les loisirs et le tourisme spécialisé, où l'histoire, les paysages et le soleil fusionnent avec les cultures d'Europe, d'Arabie, d'Asie et d'Afrique, pour créer des expériences uniques pour les visiteurs	- Développer l'économie du tourisme dans son ensemble ; - Distribuer le revenu et les retombées du tourisme créatrices d'emplois et d'opportunités commerciales dans la production alimentaire, les transports, l'hébergement, la vente au détail et l'artisanat, pour créer des retombées sociales pour toutes les couches de la société égyptienne.
Liban ⁴⁵	Stratégie pour le tourisme rural (2014)	2015-2020	Transformer les régions rurales et les grandes zones urbaines en destinations durables prospères pour les voyageurs, notamment le tourisme culturel, historique, religieux, culinaire, de nature, sportif, agricole et d'aventure	Développer les revenus des régions et communautés d'accueil en recevant plus de visiteurs et en offrant aux touristes des produits, des services et des expériences de tourisme plus compétitifs, tout en préservant leur environnement naturel et leur patrimoine culturel.
Maroc ⁴⁶	Stratégie du secteur du tourisme : Vision 2020 (2015)	2015-2020	Faire du tourisme l'un des moteurs du développement économique, social et culturel ; à l'horizon 2020 faire partie des 20 grandes destinations mondiales et s'imposer comme une référence du pourtour méditerranéen en matière de tourisme durable	- Doubler la taille du secteur et sa capacité d'hébergement, avec la construction de 200 000 nouveaux lits ; - Doubler le nombre de touristes (en provenance d'Europe et des pays émergents) ; - Créer 1 million de nouveaux emplois directs à l'horizon 2020 ; - Atteindre un revenu annuel du tourisme de 140 milliards de Dirhams à l'horizon 2020 ; - Généraliser le tourisme dans le pays et tripler le nombre de voyages domestiques.
Turquie ⁴⁷	Stratégie pour le tourisme 2023 (2007)	2008-2023	Accéder à une position de leader pour influencer l'emploi et le développement régional, et devenir une marque mondiale ainsi qu'une destination de premier plan (parmi les 5 premiers pays)	- Planifier une approche qui soutient la croissance économique et est physiquement applicable et socialement bénéfique, tout en reflétant les principes du tourisme durable ; - Stimuler les investissements dans le tourisme en développant des incitations pour rendre ceux-ci économiquement réalisables et viables ; - Garantir la participation pleine et active des acteurs du tourisme dans les processus de prise de décision, grâce à des mécanismes de bonne gouvernance.

Source : Plan Bleu, 2016

43 <http://www.andt-dz.org/baoiff/fichiers/fichiers/fichiersesma47009129871422970826.pdf>

44 www.encc.org.eg/download.php

45 http://www.mot.gov.lb/Content/uploads/Publication/150224033558449~Executive%20Summary_Rural%20Tourism%20Strategy_English.pdf

46 <http://www.finances.gov.ma/en/Pages/Strat%C3%A9gies/Strat%C3%A9gie-du-secteur-du-tourisme--la-Vision-2020.aspx?m=Investors&m2=Investments>

47 http://www.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/43537,turkeytourismstrategy2023pdf.pdf?0&_tag1=796689BB12A540BE0672E65E48D10C07D6DAE291

Annexe 5 : Types de parties prenantes et leurs rôles dans le tourisme durable

Type de partie prenante	Rôle dans la promotion du tourisme durable
Agences internationales d'aide au développement : Agences et programmes de financement multilatéraux (Banque mondiale, BERD, etc.) ; agences bilatérales (GIZ, AFD, etc.)	Développement de politiques et accords ; assistance financière et technique.
OIG régionales : UpM, OCDE, CE ; OIG thématiques : OMT, ONU Environnement/PAM et ses CAR (Plan Bleu, CAR/CPD, CAR/ASP, CAR/PAP, etc.), UNIDO, UNESCO, CEDARE, etc.	Développement de stratégies régionales ; politiques, normes et règlements innovants ; planification et développement des infrastructures ; renforcement des capacités et sensibilisation ; dialogues internationaux et programmes de coopération.
Gouvernements nationaux : ministères du Tourisme ; autres ministres (industrie, travail, commerce, planification, finance, affaires étrangères...) ; agences pour le tourisme, autres agences gouvernementales (économie, affaires, formation, éducation, etc.) ; organismes de gestion des ressources (par ex. service des parcs nationaux).	Politiques de tourisme, développement stratégique et mise en œuvre ; conception et mise en œuvre de législations, de normes et de règlements ; planification et développement des infrastructures ; gestion des ressources ; communication, information et marketing
Gouvernements locaux et organismes des destinations : gouvernements régionaux ; collectivités locales, par ex. conseils municipaux ; organisations de gestion des destinations (DMO), consortiums public-privé.	Stratégies et planification locales ; mise en œuvre de politiques et de réglementations ; développement et gestion des infrastructures locales ; implication, coordination et soutien aux parties prenantes.
Entreprises du secteur privé : associations professionnelles internationales et régionales du secteur du tourisme (WTTC, ETOA, etc.), nationales et locales ; prestataires de services de tourisme, par ex. entreprises hôtelières (IHG, Accor, etc.) ; tour-opérateurs internationaux (TUI, Cook, etc.) et locaux ; fournisseurs de produits (par exemple, de produits alimentaires) ; investisseurs (internationaux et nationaux) ; réseaux d'entreprises (ASCAME, ANIMA, etc.).	Représentation, plaidoyer et groupes de pression ; opérations et gestion ; liens avec les marchés nationaux et internationaux ; développement de produits, d'investissements et d'améliorations ; création d'emplois et génération de revenus ; responsabilité sociale des entreprises
Employés et syndicats : organisations internationales de travailleurs (BIT) ; syndicats locaux ; travailleurs	Représentation des intérêts des employés ; planification et développement des ressources humaines ; formation continue et programmes de formation.
ONG : organisations internationales pour le développement durable (WWF, Oxfam, MIO-ECSDE, UICN-Med, Fondation Anna Lindh, etc.) ; organismes locaux pour l'environnement, la culture et la conservation ; organisations sociales et communautaires.	Représentation des intérêts des différents groupes ; participation aux activités de planification stratégique et de développement ; coordination des parties prenantes et soutien à la mise en œuvre ; renforcement des capacités et apport d'expertise
Organismes d'éducation, de recherche et de formation : think tanks nationaux et régionaux (IEMed, IPEDMED, AFED, MIO-ECSDE, etc.) ; universités, lycées et organismes d'enseignement ; institutions de recherche ; experts techniques et organismes de conseil	Collecte et dissémination des connaissances ; assistance au développement de politiques et de stratégies ; renforcement des capacités et formation ; conseil et expertise.
Communautés locales : conseils de communauté et organes représentatifs ; structures traditionnelles ; groupes organisés (par ex. femmes, jeunes) ; commerçants locaux formels et informels ; ménages	Planification et décisions à l'échelle locale ; représentation et communication des intérêts de la communauté locale ; recherche d'une répartition équitable des bénéfices au sein des communautés ; interaction avec les touristes pour le bénéfice de tous.
Consommateurs/touristes : touristes individuels ; réseaux, clubs et sociétés de consommateurs.	Apport de revenus au secteur ; comportements responsables vis-à-vis de l'environnement et des communautés locales dans les choix et les actions de voyage.
Médias et communication : médias de masse ; agences d'information et de communication ; magazines de voyage ; bloggeurs ; télévisions, radios et journaux.	Communication d'informations et d'opinions objectives et exactes sur les destinations et les questions liées au tourisme durable

Source : Plan Bleu, 2016 (adapté du guide « Un tourisme durable pour le développement », OMT, Europe Aid)

Annexe 6 : Orientations stratégiques, actions et activités pour le tourisme durable en Méditerranée

Orientation stratégique	N°	Action	Activité (exemples)
1.1. Evaluation et suivi des pressions environnementales et des impacts des activités touristiques sur les écosystèmes naturels et leur capacité de charge	1.1.1	Identifier, adapter et promouvoir des outils d'évaluation environnementale (EIE, EES, capacité de charge...) applicables aux initiatives de tourisme	Publication de guides, kits d'outils et outils en ligne ; formations techniques
	1.1.2	Dialoguer avec les donateurs et les instances de financement pour intégrer des Evaluations d'Impact environnemental (EIE) efficaces, transparentes et systématiques	Validation et publication d'une charte pour l'investissement dans le tourisme durable
1.2. Encourager l'intégration de l'utilisation efficace des ressources, des technologies propres, de la gestion environnementale et des programmes d'éco-labellisation dans les produits, services et équipements de tourisme	1.2.1	Identifier, adapter et promouvoir les meilleures techniques disponibles et les meilleures pratiques environnementales, les procédures de gestion environnementales et les programmes d'éco-labellisation applicables aux équipements et aux produits de tourisme en Méditerranée	Passer en revue les labels existants ; publier des guides et outils en ligne
	1.2.2	Promouvoir des politiques et des stratégies pour soutenir (techniquement et financièrement) la mise en œuvre de l'utilisation efficace des ressources, des meilleures techniques disponibles et des meilleures pratiques environnementales en matière d'équipements de voyage et de tourisme, ainsi que la diffusion de produits et de services verts	Publier des guides sectoriels et thématiques ; formations techniques ; développement de stratégies sectorielles
1.3. Identifier, protéger et restaurer les écosystèmes vulnérables et dégradés des zones côtières, marines et terrestres	1.3.1	Soutenir les programmes et les actions visant à identifier, à surveiller, à protéger et à restaurer les écosystèmes naturels vulnérables et dégradés des zones marines, côtières et terrestres	Passer en revue les zones vulnérables ; publier un kit d'outils pour le développement de politiques ; formations techniques
	1.3.2	Identifier, adapter et promouvoir des programmes de compensation innovants, financés par l'industrie et par les visiteurs (tourism pay-back, écotaxes, partenariats public-privé, etc.)	Publication d'un guide et d'un kit d'outils ; formations techniques ; lancement de laboratoires et d'initiatives
	1.3.3	Développer une approche autour des solutions fondées sur la nature, faite d'activités de partage des connaissances et de projets-pilotes	Lancer des plateformes (en ligne et hors-ligne) pour partager les projets et initiatives de type Nature-Based Solutions (NBS) dans la région méditerranéenne. Publier des lignes directrices et organiser des formations.
1.4. Equilibrer le développement territorial du tourisme entre zones côtières et arrière-pays	1.4.1	Encourager une planification territoriale inclusive grâce à une autonomisation des responsables politiques locaux et nationaux, à des programmes de renforcement des capacités, et à des activités de partage des connaissances	Programmes de renforcement des capacités et activités de partage des connaissances
	1.4.2	Favoriser les activités et les équipements de tourisme rural au moyen des investissements publics, de la redistribution fiscale et de campagnes de communication	Développer des lignes directrices, des exemples de meilleures pratiques et des activités de formation

Orientation stratégique	N°	Action	Activité (exemples)
2.1. Promouvoir et appuyer la création, la propriété et le développement d'entreprises locales de tourisme durable	2.1.1	Promouvoir les formations sur la technique, le management et l'entrepreneuriat, les pôles professionnels et les activités de réseautage autour des produits et des services de tourisme durable	Elaborer des programmes éducatifs, des formations MOOC et des plateformes de réseautage en ligne
	2.1.2	Soutenir la création et la diffusion de programmes de financement dédiés pour le lancement et le développement d'entreprises locales de tourisme durable	Guide sur les financements ; formations techniques ; nouveaux programmes de financement
2.2. Développer un secteur du tourisme inclusif et responsable qui favorise les emplois décents, garantit les droits sociaux et intègre les groupes vulnérables, en particulier les femmes, les jeunes et les minorités	2.2.1	Soutenir les partenariats public-privé, les programmes et les politiques permettant d'améliorer les retombées sociétales, d'apporter une protection sociale et de garantir des ressources de base pour les personnes travaillant dans l'industrie du tourisme	Publication de guides ; formations techniques ; plateformes de partage des connaissances
	2.2.2	Identifier, adapter ou développer des labels et des certifications pour mettre en valeur les équipements, produits et services de tourisme locaux, inclusifs et responsables	Passer en revue les labels ; publier des guides ; formations techniques
2.3. Améliorer l'accès à l'éducation, au développement professionnel, aux programmes éducatifs et aux formations sur le tourisme durable, pour les personnes travaillant dans le secteur du tourisme comme pour les populations locales	2.3.1	Concevoir, soutenir et mettre en œuvre des programmes d'éducation continue et des centres de formation professionnelle pour un secteur du tourisme durable	Développer des cursus ; harmoniser les contenus ; plateformes de partage des connaissances
2.4 Promouvoir le développement du tourisme aux échelles infrarégionale, nationale et locale, et encourager les politiques de tourisme social aux niveaux national et local	2.4.1	Accélérer le développement d'activités et de services de tourisme adaptés au marché intérieur	Élaborer des programmes éducatifs, des formations et des plateformes de réseautage. Publier des guides, faciliter les activités d'apprentissage mutuel, etc.
	2.4.2	Soutenir une gestion et un contrôle local du marché du tourisme intérieur	Organisation/participation équitables ; publication de guides de voyage, d'applications, de publicités et de sites Internet
3.1 Soutenir l'innovation, la diversification et la résilience des produits et des services du tourisme	3.1.1	Soutenir les activités de développement des capacités, les stratégies et les politiques visant à développer des formes alternatives de tourisme	Passer en revue les études ; publication de guides ; formations sur les politiques
	3.1.2	Coordonner les activités de renforcement des capacités, les politiques nationales et les stratégies locales pour permettre aux équipements et services de tourisme et de voyage de s'adapter aux risques environnementaux et sociétaux	Guides de mesures d'urgence ; formations techniques ; appui aux politiques

Orientation stratégique	N°	Action	Activité (exemples)
3.2 Suivre, évaluer et attirer des investissements orientés vers des activités vertes, locales et circulaires dans le secteur touristique	3.2.1	Promouvoir l'utilisation d'outils et de modèles cohérents pour évaluer et mesurer la contribution du secteur du tourisme aux économies nationales et locales	Standardisation ; publication d'outils électroniques et de guides ; analyse socio-économique régionale
	3.2.2	Promouvoir les mécanismes financiers, les incitations et les prêts pour investir dans les produits et les services de tourisme alternatifs	Guides sur les financements ; formations sur la finance ; guides d'investissement ; plans d'affaire coopératifs, programmes de microcrédit, appui à la gouvernance locale et aux politiques, partage de connaissances et de bonnes pratiques
	3.2.3	Promouvoir les mécanismes financiers, les incitations et les prêts pour contribuer à l'intégration des retombées économiques du tourisme dans les communautés locales qui accueillent les activités de tourisme, y compris la navigation et les navires de croisière	
3.3 Permettre le développement de l'agriculture, de l'artisanat et de l'entreprise à l'échelle locale (destination), en favorisant les synergies entre secteurs économiques	3.3.1	Soutenir le développement des produits et services d'origine locale adaptés au marché du tourisme	Programmes éducatifs, formations et plateformes de réseautage
	3.3.2	Promouvoir la communication, la distribution et le marketing de produits et de services d'origine locale	Organisations équitables ; catalogues de produits, publicités, site Internet
4.1 Identifier, valoriser et protéger le patrimoine culturel, l'identité locale et les savoirs traditionnels	4.1.1	Identifier les foyers culturels vulnérables, et encourager leur protection et leur certification	Passer en revue les foyers culturels ; financements pour la labellisation ; publication de guides ; formations
	4.1.2	Sensibiliser le public et promouvoir le patrimoine culturel méditerranéen	Campagnes de communication ; développement d'un site Internet et d'applications ; formations
4.2 Disséminer des outils et des procédures pour mesurer et surveiller les impacts du tourisme sur la culture	4.2.1	Sensibiliser les parties prenantes et renforcer leur maîtrise des outils et des procédures d'évaluation des impacts culturels	Publication de guides ; formations ; plateforme de partage des connaissances
	4.2.2	Intégrer le suivi et les indicateurs d'impact culturel dans des observatoires du tourisme nationaux et locaux	Publication de guides ; formations ; plateforme de partage des connaissances ; assistance technique
4.3 Sensibiliser, éduquer et renforcer les capacités vers des comportements responsables et durables	4.3.1	Promouvoir les programmes éducatifs sur le tourisme responsable et durable	Développement de cursus ; formations en ligne ; plateformes de partage des connaissances
	4.3.2	Encourager des séjours, des voyages et des trajets plus longs, plus divers et mieux répartis (sur le plan spatial et temporel)	Campagnes de communication ; guides de voyage et site Internet
5.1 Renforcer le suivi, l'application et la conformité avec les protocoles de la Convention de Barcelone et d'autres initiatives et mécanismes politiques régionaux, complétés par les approches nationales	5.1.1	Renforcer la mise en œuvre, le suivi et l'application des réglementations locales et nationales relatives à la SMDD 2016-2025, au Protocole GIZC, au PA CPD et au PAS BIO	Renforcer les actions de contrôle et de police contre les pollutions liées aux visites touristiques ; Etude d'impact des politiques de GIZC sur les législations nationales et locales ; Mécanismes simplifiés d'évaluation par les pairs pour évaluer la mise en œuvre des Protocoles et des politiques de la Convention de Barcelone, notamment la SMDD 2016-2025

Orientation stratégique	N°	Action	Activité (exemples)
5.2 Promouvoir des dialogues et collaborations transparents et inclusifs à tous les niveaux (local et national) entre décideurs locaux et nationaux, professionnels du tourisme, entreprises et populations	5.2.1	Etendre l'approche SDMO (<i>Sustainable Destination Management Organization</i> , ou organisation de la gestion des destinations durable) aux destinations locales	Publication d'un guide et d'un kit d'outils ; formations ; création de pôles
	5.2.2	Promouvoir la création d'observatoires, de dialogues et de programmes de partenariat multi-acteurs aux échelles locale et nationale	Publication d'un guide et d'un kit d'outils ; assistance technique ; création d'un observatoire régional du tourisme durable
5.3 Promote inter-sectoral planning, policy-making and monitoring of the whole tourism chain/cycle, with appropriate governance tools	5.3.1	Promote cross-cutting and holistic planning through inter-ministerial committees and multi-sectoral platforms	Publication d'un guide et d'un kit d'outils ; assistance technique ; partenariats public-privé et autres qui appliquent le principe pollueur-payeur, ainsi que l'application de conditions environnementales aux financements publics et internationaux
	5.3.2	Support the development and implementation of local and national strategies for sustainable tourism	Publication of guide and toolbox; technical training; policy support

Source : Plan Bleu, 2016



Plan Bleu pour l'environnement et le développement en Méditerranée
15, rue Beethoven, Sophia Antipolis, 06560 Valbonne
+33 (0)492 387 130 - www.planbleu.org

ISBN 978-2-912081-51-3