



Journée technique

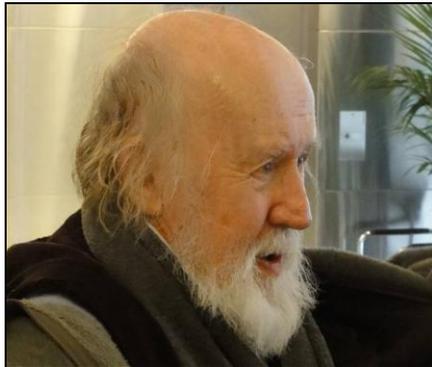
Biodiversité et tourisme : de nouvelles opportunités pour les entreprises et les destinations

Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie
- 9 décembre 2011 -

Restitution des échanges

(Rédaction Christian Vicenty, Sébastien Baholet - Photos C. Vicenty - DGCIS)

1) Ouverture de la Journée technique par Hubert Reeves, astrophysicien, Président de l'association Ligue RoC / Humanité & Biodiversité



Pourquoi mêler un astrophysicien aux professionnels du tourisme ?

Il y a 2500 ans, pour Aristote, l'univers ne change pas, il n'y a pas d'Histoire. Depuis, on sait que l'univers change, qu'il a une histoire : elle raconte que la matière s'organise progressivement : des atomes, des molécules, la vie... des structures toujours nouvelles, de plus en plus riches et belles, l'univers s'embellit.

L'enfant a une pulsion de découverte de la nature qu'il faut stimuler tôt, sinon il s'en désintéresse. Le devoir des parents est d'éveiller les enfants, pour qu'ils s'intéressent à la nature.

Le tourisme consiste à amener des gens dans des endroits merveilleux. Il a le devoir de présenter la nature en montrant son embellissement, son enrichissement. Il a aussi le devoir d'amener les gens dans la nature sans la détruire. Le guide est l'occasion concrète de montrer comment cela est possible.

La [ligue Roc](#) devient « Humanité et Biodiversité ». Elle propose les Oasis Nature : lieu de nature qu'une personne s'engage à protéger quelle que soit sa dimension.

2) Vanessa Nuzzo, en charge de la Stratégie nationale pour la biodiversité 2011-2020, Ministère chargé du développement durable (Voir le diaporama)



Qu'est ce que la biodiversité ? Elle se compose des 3 niveaux + les savoir faire associés + les services rendus par les écosystèmes.

Pour mesurer les interdépendances entre sa structure et la biodiversité, l'outil EBEvie est accessible en ligne. Il a été utilisé par 700 entreprise depuis 2010.

La convention sur la diversité biologique propose plusieurs outils qui ciblent le tourisme.

La 1ère stratégie nationale pour la biodiversité (SNB) contenait un plan d'action tourisme, dont deux actions phares ont abouti aujourd'hui : le passeport vert de la biodiversité en outre-mer et le [guide « Biodiversité & Tourisme : des opportunités pour les entreprises et les destinations »](#).

La [SNB 2011-2020](#) est un cadre de mobilisation public et privé (3 objectifs, 6 orientations stratégiques). Elle propose plusieurs niveaux d'implication aux acteurs.

[L'adhésion](#) est le 1er niveau : plus de 200 organismes aujourd'hui. Le second niveau est [l'engagement volontaire](#), évalué par un dispositif de reconnaissance comme les agendas 21. Le premier appel à reconnaissance sera lancé en mars 2012.

Questions :

(?) : les dispositifs de l'Etat sont surtout incitatifs, y a-t-il des obligations par la réglementation, quelle est la place du Grenelle environnement dans ces démarches ?

* Vanessa NUZZO : la SNB est le cadre le plus englobant. En parallèle, les politique de protection des espèces et espaces continuent. L'incitation doit amener de nouveaux acteurs sur le terrain de la biodiversité.

3) Christian Delom, directeur de la stratégie, de l'observation et des nouvelles technologies, ATOUT France (Voir le diaporama)



B&T, on pourrait les croire ennemis, mais on a beaucoup à apprendre de la biodiversité pour un développement du tourisme qui est inéluctable. Le tourisme est un humanisme, les loisirs sont très proches des besoins primaires des humains. La croissance touristique est forte et le demeure à l'horizon 2020, surtout venant des pays émergents et émergés (BRICS, Mexique, Turquie, etc.). Le diaporama présenté, très riche en contenu chiffré et en orientations innovantes suggérées, permet de tracer les efforts à faire pour lier divers secteurs dynamiques entre eux (tourisme, biodiversité, développement durable, innovation technologique et managériale) permettant de développer des niches porteuses de croissance durable.

A noter deux expressions intéressantes à méditer au niveau des liens synergiques à dynamiser : « la biodiversité, accélérateur du tourisme » ; « le tourisme, une activité à biodiversité positive ».

Question

Pascale Rossler (Vice-Présidente de la Région Centre, Env/Tme) : L'augmentation inéluctable des voyageurs internationaux, c'est une opportunité de sensibiliser les voyageurs, mais aussi une menace car le transport aérien ne prend pas en compte l'impact environnemental. C'est une question importante pour l'avenir, pour laquelle on cherche des réponses.

* C. Delom : l'accessibilité est un sujet délicat, mais dans les transports aériens, il y a des progrès sensibles. 40% des émissions de GES d'un aéroport sont liées à son accès. Il y a des marges et des progrès technologique à venir sur les avions pour absorber les nouveaux flux.

4) Philippe Claud, délégué général du pôle national de compétitivité « PASS » (Parfums, arômes, senteurs et saveurs) à Grasse (P.A.C.A.) (Voir le diaporama)



L'intérêt de cette intervention résidait dans le fait que le [pôle national de compétitivité « PASS »](#), labellisé en 2005, développe un [partenariat avec le Parc naturel régional en préfiguration Préalpes d'Azur](#) depuis le 28 octobre 2010 selon quatre axes distincts reflétant bien l'esprit de synergie amont-aval relatif à la relation R&D-innovation en exploitation industrielle de la ressource végétale (parfumerie, cosmétiques ...) -préservation de la ressource en biodiversité et impact induit sur le tourisme local.

Des [expérimentations](#) concrètes de préservation locale de ressource en biodiversité sont en cours depuis cette date, pour lesquelles le pôle est partie prenante, concernant par exemple l'Herbe de Saint-Roch, la vigne sauvage, etc.

Question

Pascale Rossler : tient-on compte dans l'approvisionnement de « l'Accès au Partage des Avantages » ?

* P. Claud : les approvisionnements sont le plus possible locaux, ainsi qu'en référence à des

chartes.

5) Focus sur divers outils au service de l'engagement des professionnels du tourisme en faveur de la biodiversité

a) Le guide pratique « Biodiversité & Tourisme, des opportunités pour les entreprises et les destinations ? » / Guillaume Béreau, consultant -François Tourisme Consultants (Voir le diaporama)



b) Place de la biodiversité dans les labels & certifications dédiés au tourisme / Marion Rivière, consultante - François Tourisme Consultants (Voir le diaporama)



Le tableau comparatif montre que les actions de sensibilisation sont les plus généralisées, les actions indirectes sont variables, les directes + rares : c'est sur ces actions qu'est la marge de progrès pour les labels et certifications.

Conclusions :

- la biodiversité est encore à l'écart des démarches environnementales
- on peut agir plus directement qu'on le fait

Questions :

(?) : il y a 3 leaders sur les actions directes : pouvez-vous donner des exemples de telles actions ?

* M. Rivière : Green globe propose de travailler avec l'UICN, d'établir un plan de gestion spécifique aux espèces menacées du territoire. Les Gîtes Panda doivent être un relais vers les acteurs / fournisseurs du tourisme pour qu'ils agissent davantage en faveur de la biodiversité.

c) Earthcheck : Helen Feustel



En 1987, un centre de recherche sur le tourisme durable est organisé par le gouvernement Australien en particulier face aux menaces sur le corail et les forêts tropicales : [EC3 Global](#). Ses travaux sont à la disposition des acteurs touristiques intéressés.

d) Quiz « Réaliser le diagnostic des enjeux de ma structure » / Guillaume Béreau, consultant -François Tourisme Consultants (Voir le diaporama)



Participez au QUIZ « Biodiversité & Tourisme »

Vous pouvez compléter le grid ci-dessous pour répondre aux questions posées et ensuite le consulter de votre résultat.

| Questions | a | b | c | Questions | a | b | c |
|------------------------|------|---|---|---|------|---|---|
| 1 | | X | | 16 | | | X |
| 2 | X | | | 17 | | | X |
| 3 | | X | | 18 | | | X |
| 4 | X | | | 19 | | | X |
| 5 | | X | | 20 | | | X |
| Total questions | 5/10 | | | Total questions | 5/10 | | |
| Nombre total de points | | | | 25 / 40 (programme "Biodiversité" par nous) = 12,5/20 | | | |

Objectif du quizz : faire une 1ère évaluation de sa structure sur la biodiversité, mais ne remplace pas un véritable diagnostic complet des relations avec la biodiversité.

La vocation du quizz est de repérer les leviers d'action dans l'écosystème touristique de l'entreprise ou la destination.

Échanges :

Pascale Rossler : il est important d'acquérir des connaissances avant de lancer des actions sur le terrain.

Christian Vicenty (SDT/DGCIS) : nous n'avons pas de prise directe au niveau du ministère par rapport aux actions concrètes, mais, on tâche de voir un peu loin, en partenariat, pour produire des éléments stratégiques ; et les réponses au quizz s'avèrent possibles, quasi-intégralement, même

pour une administration comme la DGCIS, ce qui donne une idée de l'impact induit qu'il est possible d'obtenir par rapport aux possibles projets à venir en valorisation transversale de territoires au titre de la relation tourisme-biodiversité-développement durable .

Dominique Meignan (ADT 79) :

- la question 17 fait la distinction entre la gestion raisonnée et la question des coûts alors que les deux sont liés.

*G. Béreau : Bien sûr, mais le seul argument économique est un degré moindre d'implication qu'une démarche complète.

- Il manque la référence à ISO 14000 et ISO 26000 dans le comparatif.

*M. Rivière : Ils n'ont pas été retenus car ces outils ciblent des objectifs qui dépendent de la situation (distinction entre management et performance environnementale : celle-ci étant ciblée par le comparatif).

Pascale Rossler : de nombreuses personnes du secteur touristique sont présentes à cette journée technique, mais peu du secteur de l'environnement. Or, il est indispensable de créer des espaces de dialogue, de rapprocher les professionnels du tourisme et les associations pour l'environnement du territoire. Le rôle des prestataires touristiques est de monter des produits avec les professionnels de l'environnement pour développer le tourisme de nature.

*S. Barrère : Il ya quelques représentants du secteur de l'environnement, mais il manque surtout des opérateurs touristiques privés : ce sont eux qu'il faut davantage impliquer

Mathieu Cosson (Ligue pour la protection des oiseaux)

Info : la LPO organise Birdfair, le festival de l'oiseau et du tourisme de nature, du 21 au 23 septembre 2012, à Paimboeuf (Loire Atlantique).

6) Réussir la combinaison "tourisme et biodiversité"

a) Biodiversité et tourisme : regards de Slow Food / Jean LHERITIER, président de Slow Food France (Voir le diaporama)



Originale par son organisation non pyramidale, une forme d'organisation d'avenir. Le champ de [Slow food](#) est l'alimentation et l'agriculture.

Historique, une approche en 4 étapes. Dans les années 80, il n'y avait pas de lieu pour mieux connaître les produits alimentaires et pouvoir choisir : des ateliers du goût sont organisés. Ensuite des salons pour mettre en avant des petits producteurs (« Salon international du goût » de Turin, « Aux origines du goût » à Montpellier, « Eurogusto » à Tours, « Slow fish » à Gênes...).

Le prix Slow food de la biodiversité agricole et alimentaire est organisé de 2000 à 2003, puis l'Arche des saveurs : un recensement de produits menacés (80 en France), puis les Sentinelles (15 en France) : des produits (abricot rouge du Roussillon, navet de Pardailhan, poule gasconne, chou de Lorient, etc.) promus avec des professionnels, des collectivités territoriales pour éviter leur disparition.

Slogan : la nourriture doit être **bonne, propre et juste**, un droit pour tous → pour cela l'agriculture doit l'être aussi.

Slow food est présent dans 150 pays et rassemble 100 000 adhérents.

Terra Madre a été créé pour porter un discours dans les pays du Sud différent de celui du Nord, car les enjeux sont différents.

Biodiversité : découverte → sauvegarde du patrimoine → nouvelle offre.

Exemples :

- Restaurant « [les chandelles gourmandes](#) », de Bernard Charret à Larçay (Indre-et-Loire) : à la carte, des poissons d'eau douce, pour favoriser le maintien de la filière pêche en Touraine / Anjou (en plus d'autres approvisionnements locaux). On en vient à la promotion d'un « exotisme du local ».
- Espagne : le réseau de [restaurants « kilomètre zéro »](#) : des achats locaux, un plat Slow food à la carte, des achats bio minimaux (40%) ; une sélection des restaurants par les groupes Slow food locaux sur un cahier des charges modérément exigeant. 80 établissements en Espagne en 2011.
- [Agence French touch travel](#) : des projets d'itinéraires Slow food en France (sur le principes d'itinéraires découverte de la biodiversité existants en Italie).
- Colloque [slow tourisme](#) à Tours, le 17 novembre 2011, sur le thème « créativité et territoire », tenu avant le salon Eurogusto.

Conclusion : nous assistons à la naissance d'un slow voyageur : un nouveau touriste, en recherche d'un séjour bon, propre et juste. Un touriste capable de rapprochement ses préoccupations éthique et son envie de découverte.

Questions :

Sylvie Barrère (Atout France) : le mouvement est parti d'Italie, bien développé en Espagne, comment on se situe en France ?

* En France le mouvement est « très slow », peu avancé. Chaque Français est convaincu qu'il est doté de naissance de la connaissance gastronomique, un discours sur la gastronomie venu d'ailleurs est mal reçu. De nombreuses organisations sont en place dans chaque région, les AOC...

Sylvie Barrère : qui trouve-t-on dans les conviviaux : des consommateurs , des producteurs ?

*Convivium signifie association locale. Il y a parfois essentiellement des producteurs, parfois surtout des consommateurs ou bien des deux.

b) Biodiversité et Club Med / Bénédicte VALLAT, responsable projets et reporting développement durable - Club Méditerranée (Voir le diaporama)



Le [Club Méditerranée](#) est souvent implanté dans des espaces préservés, il est reconnu pour la bonne intégration de ses équipements dans leur environnement.

Par exemple :

- Valmorel, inauguré en 2011 : le programme de construction a été modifié pour prendre en compte des espèces emblématiques. Du bois PEFC est utilisé ;
- Création de stations d'épuration de l'eau, qui sert à l'arrosage des espaces verts, des jardins filtrants « phytorestore » pour traitement des eaux ;
- Rio das Pedras : village de 31ha près de 1000 ha de forêt primaire : production hydraulique pour indépendance électrique du village ;
- Cherating : maintien de la forêt primaire ;
- Vittel : 240 ha dont 46 ha de forêt. Traitement biologique du golf ;
- Serre Chevalier : gestion différenciée des espaces verts ;
- Opio : idem, utilisation d'espèces locales, une oliveraie pour le repos des clients et la production d'huile, la forêt est une réserve de faune.

Plus globalement :

- des approvisionnements labellisés (bio, PEFC, FSC, charte poissons)
- partenariat avec Agrisud, une ONG qui lutte contre la pauvreté par le développement de l'agroécologie. Les producteurs sont devenus fournisseurs du village (Au Sénégal, 150 personnes produisent fruits et légumes, au Maroc, au Brésil...).

Sur le [Site d'Opio en Provence](#), la valorisation de la biodiversité du site est faite en 4 étapes :

- inventaire, qui a permis de déceler des espèces endémiques rares
- évaluation monétaire des services rendus par les écosystèmes
- outils pédagogiques pour des restitutions aux clients
- outils de préservation (développés avec Gaïadomo, bureau d'études)

Questions :

Sylvie Barrère : quel est le facteur déclenchant pour investir sur ces sujets, quel est leur coût ?

* Ce sont des sujets partagés : par exemple le projet des jardins filtrants est venu du responsable des espaces verts, l'équipe développement durable a été un relais vers la direction.

Sylvie Barrère : les clients sont-ils sensibles aux critères environnementaux / biodiversité ?

* Pas directement, mais ils ont un intérêt certain. Nos intérêts sont conjoints : pour le Club Med, il est important de pouvoir montrer des savoir-faire en ce domaine.

c) Biodiversité et golf / James Quintero, directeur commercial de Gaiadomo / Emmanuel Veillas, délégué golf écologique et durable à la Fédération française de Golf



James Quintero



Emmanuel Veillas

[Gaiadomo](#) est un bureau d'études spécialisé dans les études d'incidences, avec d'importants clients comme le Club Méditerranée, Toyota, Yoplait, Technip, Villes de Nîmes et de Dunkerque, Conseil général des Alpes-Maritimes, Réseau Ferré de France, Conservatoire du Littoral, MEEDTL, etc.

Prendre en compte la biodiversité pour une entreprise peut lui donner un avantage compétitif :

- en terme de RSE
- pour son image de marque
- comme outil de gestion des risques, d'anticipation et de différenciation

Partenariat avec Deloitte pour intégrer un volet biodiversité dans la RSE.

Exemple : la [fédération française de Golf](#) :

- ⤴ Image très dégradée, mais les inventaires démontrent une grande richesse.
- ⤴ Des exigences réglementaires fortes
- ⤴ Un engagement de la fédération française de golf :

60 millions de golfeurs touristes dans le monde, 600 golfs en France dont 500 à 18 trous (60 ha).

Sur un golf, 50% de la surface reste naturelle, c'est la base de sa biodiversité.

La FFG, par convention avec 4 ministères en 2005 s'est engagée à réduire de 50% l'usage des produits phytosanitaires en 2018, objectif déjà atteint dans plusieurs golfs.

La préservation de l'environnement fut un éléments favorable dans le choix de la France pour l'accueil de la Ryder cup 2018.

Un référentiel golf éco-durable a été mis au point, dérivé de EVE (Espaces Verts Écologiques)

Plus de 80% des golfs sont engagés aujourd'hui dans une démarche en faveur de la biodiversité.

Les outils Gaiadomo :

- Audit naturaliste « Bio prospection » : géolocalisation des espèces et des habitats
- Evaluation écologique « Bio Evaluation » : espèces, habitats, viabilité, vulnérabilité, connectivité, protection

Exemples de concrétisation :

- projet hôtelier à Roquevignon : révision du projet, protection du chantier (préservation d'une espèce d'orchidée) ;
- possibilités de créations d'éco-balades : chasse aux trésors de la biodiversité à Opio pour les enfants

Conclusions : un outil équivalent du Bilan Carbone pour la biodiversité.

Questions :

Marion Rivière : le coût d'un inventaire faune / flore ?

*Moins de 1000€ / ha pour l'inventaire lui-même plus le conseil. Pour 30 à 50ha, environ 20 000€. Christian Vicenty : intégrez vous la biodiversité dans les bilans comptables des entreprises, par des outils type « comptabilité universelle ? » ?

*Nous avons un département recherche et développement, à terme cette intégration sera active. Le bureau d'études a axé ses recherches sur la micro-économie (différent de la comptabilité universelle développée par le cabinet d'expertise comptable de Jacques de Saint-Front, à Toulouse). Nous appliquons les normes IRS – IFRS qui prévoient la réévaluation tous les ans du foncier de l'entreprise par des experts. Nos audits montrent une richesse cachée, nos recherches visent à agréger une donnée financière pour la faire apparaître dans le bilan.

Alexandre Noël (CR PACA) :

- ⤴ quelle articulation avec les inventaires menés par les établissements publics ?
- ⤴ Le Club Med travaille-t-il avec des associations d'éducation à l'environnement ?
- ⤴ Quelles sont les actions à venir sur la thématique à Atout France, dans la politique de promotion au niveau national des établissements engagés ?
- ⤴ Il manque dans le guide des expériences en PACA : marais du Vigueirat, charte des sentiers sous-marins...

*Gaiadomo : on peut reprendre les inventaires s'ils sont récents, ils font gagner du temps. Parfois nos outils synthétisent des inventaires préexistants (cas du port de Dunkerque). Cas des golfs : label éco-certifiant golf éco-durable en France. Plusieurs labels dans le monde : Audubon aux Etats-Unis, en Écosse.

* Bénédicte Vallat : les Clubs Méditerranée travaillent régulièrement avec des prestataires locaux qui véhiculent un intérêt pour la préservation de l'environnement. Nous recherchons des relations gagnant-gagnant plutôt que des actions de mécénat.

*Sylvie Barrère : des actions sont à l'étude par les services d'Atout France.

*Sébastien Baholet (SDT/DGCIS) : les expériences du guide sont remontées par appel à contribution lancé par l'intermédiaire des réseaux des membres du comité de pilotage et de veilleinfotourisme.fr et par [François Tourisme Consultants](http://Francois Tourisme Consultants). Ensuite, il y a eu un tri pour le guide, mais l'ensemble des expériences remontées sont présentées sur [veilleinfotourisme](http://veilleinfotourisme.fr) / rubrique biodiversité. Cette rubrique reste active, elle a vocation à diffuser toute nouvelle information intéressante sur le sujet.

Pascale Rossler : les données des audits, créées sur fonds publics sont-elles publiques ? Les naturalistes ont parfois du mal à fournir les données.

*Toutes les données sont sur ffgolf.org

*Gaïadomo : envoi de toutes les données au Muséum quand les donneurs d'ordre l'autorisent.

7) Le point de vue du client

a) Biodiversité & Tourisme, la sensibilité du consommateur touristique comment en faire un atout ? / Guillaume Béreau, consultant -François Tourisme Consultants (Voir le diaporama)

Sur la biodiversité, on manque de données précises sur les attentes des touristes.

La perte de biodiversité est en 10e position des craintes pour l'environnement.

Les Français voient plus de dégradations ailleurs qu'en France : signe d'une méconnaissance ? Le tourisme est vu comme une activité à faible impact. Les entreprises sont perçues comme peu convaincantes dans leur approche. Le tourisme est vu comme peu vulnérable par rapport à la perte de biodiversité. D'après les enquêtes EarthGuest d'Accor, le client français est très au fait de ce qu'est le développement durable (94% contre 51% dans la population française selon une étude CREDOC). Parmi les thèmes importants à prendre en compte, la biodiversité vient très loin après d'autres thèmes (quelques %). Les citoyens se voient de plus en plus comme acteurs pour le développement durable (avec l'État et les grandes entreprises).

Le développement durable est un critère de choix pour certains pays (Brésil, Chine en tête), les clients sont davantage prêts à consentir des efforts sur la localisation, la hausse du prix à payer que sur une baisse de confort (prudence nécessaire vis à vis de ce déclaratif).

b) L'espace Rambouillet / Philippe Belchi, directeur de l'Espace Rambouillet – ONF



L'accueil du public en forêt ce sont des équipements nombreux, des efforts sur l'accessibilité pour les personnes handicapées et des animations.

[L'Espace Rambouillet](#) propose d'approcher la biodiversité de différentes manières : parcours, animations, expositions thématiques (papillons, chauves-souris...).

La mise en marché des produits de l'espace est assurée en lien avec le comité départemental du tourisme, l'office de tourisme...

Le public est de plus en plus citadin, étranger à la nature. Son intérêt pour venir visiter est avant tout de passer un moment dans un endroit agréable, sans les repères urbains.

L'accès par transports collectifs est développé grâce au « baladobus », une ligne qui transporte en moyenne 3,8 visiteurs par dimanche. Le système n'est pas encore au point.

Pour faire un site économiquement viable, il faut aménager, mais en cohérence avec la démarche, apporter des services qui justifient le paiement du droit d'entrée.

Réflexion : attention aux contradictions du public. Il veut consommer du bois, mais pas de coupe d'arbres, il dit préférer l'espace des animaux sauvages mais va voir les rapaces...

Questions :

Sylvie Barrère : un site Huttoxia est à proximité, êtes vous en partenariat avec lui ?

*Des animations sont proposées au camping : par exemple, une soirée écoute des chauves-souris, des rallyes pour les enfants ou des incentives.

Sylvie Barrère : votre clientèle est-elle en progression ?

*Stable

c) Saïga et son public / Philippe Marais, co-fondateur de Saïga (Voir le diaporama)



15 ans d'ancienneté nous ont doté d'une grande expérience, tempérée par une nécessaire modestie car il est très complexe d'aller vers un tourisme plus respectueux.

Nous luttons contre deux a priori : la caractère scientifique et l'accessibilité physique qui peuvent être vus comme hors de portée. Il s'agit de montrer la place de l'homme dans la nature, contrairement au produit d'observation pure des espèces et/ou milieux.

2001 : nous proposons des voyages découvertes et des séjours « agir pour la nature », plus engagés dans le soutien aux communautés locales. Des programmes scientifiques étaient menés préalablement à des actions de préservation (exemple création d'un village club en remplacement d'une activité de pêche au Sénégal, delta du Saloum).

2009 : les séjours agir pour la nature vont à la rencontre d'acteurs locaux engagés dans maintien de savoir-faire.

Terminologie : nous n'utilisons pas le terme « biodiversité », qui est mal connu et pas vendeur, mais nous faisons de la pédagogie sur le thème.

Le public : au départ très féminin, il est de plus en plus constitué de couples et de familles.

Question :

Sylvie Barrère : combien ça coûte ?

*Pas un montage de produit classique, activité d'accueil toujours minoritaire : chaque programme est unique. Costa Rica : 525€/semaine, Bornéo : 1100€ la semaine.

Sylvie Barrère : les tours-opérateurs sont très peu nombreux sur la biodiversité, pourquoi ?

*Cybelle planète, d'autres dans secteur associatif, il y a beaucoup de micro-initiatives. Le public ne se développe pas rapidement, le modèle économique est difficile à trouver. Cela reste un tourisme militant.

Sylvie Barrère : vous n'avez pas de programme en France, pourquoi ?

*Notre souhait était de programmer la France dès le départ : nous avons eu zéro inscription les deux premières années. Ensuite, nous avons connu une forte activité dans les années 2000, puis un déclin. La hausse de la concurrence et la facilité toujours plus grande de construire son programme seul avec internet (associations, offres alternatives, réaction à la météo plus fréquente...) nous ont conduits à l'arrêt de cette programmation, mais nous souhaitons la reprendre en 2012.

d) Le camping Pyrénées VIA NATURA / Pascal RUYSSCHAERT, président de l'association « LA VIA NATURA » (Voir le diaporama)



L'association dispose de 11 terrains de campings en France, 1000 emplacements, l'ensemble fonctionnant en réseau sur la base d'une clientèle fidélisée (essentiellement des CSP+ français, allemands, britanniques, néerlandais, cherchant à se resourcer, y compris hors saisons touristiques, à mieux comprendre les milieux naturels) et en relation étroite avec le PNR Pyrénées (et non pas contre lui).

La relation « gagnant-gagnant » entre tourisme et biodiversité se vit en trois phases :

- le respect de l'environnement ;

- l'éco-tourisme (exemple de l'initiation à la construction d'un mur en pierre sèche) ;
- resserrement des liens sociaux (attention portée aux petits détails en faveur des clients, etc.), alliance entre une forme d' « idéalisme » et les réalités de l'entrepreneuriat cherchant à satisfaire les souhaits de clientèles qui sont à la recherche d'un confort (pas de WC sauvages ...) et d'un sens à donner à leur vacances au titre de la sensibilisation à la préoccupation environnementale.

*

Conclusion de la Journée technique / Jacques AUGUSTIN, Sous-directeur du tourisme (SDT/DGCIS)



La densité du contenu m'ont permis d'enrichir mes connaissances personnelles sur ce sujet, je remercie mes collaborateurs, « mordus de biodiversité », pour avoir persévéré dans l'approfondissement de cette thématique transversale porteuse d'avenir.

COMPLEMENTS : Diverses illustrations photographiques de la Journée Technique



Entrée d'Hubert Reeves au Centre de Conférences de Bercy-MINEFI (en discussion avec Christophe Aubeil (directeur de l'association Ligue RoC), Christian Delom (Atout France) et Dominique Iattoni (Sous-direction du tourisme / DGCIS))



Divers aperçus de l'auditoire (Sébastien Baholet, [SDT/DGCIS], Pascale Rossler [Vice-Présidente du Conseil Régional Centre], Etienne Coffin [DGCIS] ...

•

Divers clichés relatifs aux intervenants, en matinée :



De gauche à droite :

Hubert Reeves

Philippe Claud

Christian Delom

Vanessa Nuzzo

Divers clichés relatifs aux intervenants, l'après-midi :



De gauche à droite :

Sylvie Barrère (Atout France, animatrice de la JT), Bénédicte Vallat, James Quintero, Emmanuel Veillas



De gauche à droite :

Sylvie Barrère , Pascal Ruyschaert, Philippe Marais, Philippe Belchi