

12 Demain est déjà là

Entretien

« Il y a aussi une vision économique du tourisme durable »

Le directeur du Comité régional du tourisme et des loisirs (CRTL) d'Occitanie Jean Pinard délivre à *La Lettre M* les axes de développement d'un tourisme durable en Occitanie. Il liste aussi des pistes pour encourager les professionnels à se lancer dans cette démarche à des fins économiques. PAR MICKAËL DENEUX

La Lettre M - Un tourisme durable tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux, rappelle l'Organisation mondiale du tourisme. Quelle est la stratégie du CRTL pour en faire une réalité en Occitanie ?
Jean Pinard - Il y a trois priorités. La première, en concertation avec le Conseil régional, va toucher la mobilité bas carbone. Nous avons la chance d'être dans une région où se trouvent beaucoup de lignes ferroviaires. Nous croyons en la capacité d'amener des habitants et des touristes dans les trains pour visiter l'Occitanie. Le but est de limiter le recours à la voiture individuelle ou à l'avion pour baisser la production de gaz à effet de serre. C'est le transport qui impacte le plus négativement l'économie touristique. Il faut dire les choses clairement : plus les gens viennent de loin, plus ils polluent.

Que faire pour les espaces naturels ?
JP - C'est le deuxième objectif. La pratique de vacances dans des espaces naturels doit être renforcée, mais avec des activités reliées et non sauvages. Nous sommes le spot européen en la matière. Cela va de la randonnée au VTT en passant par le ski de fond. Des informations sont à délivrer en amont. Il faut donner les codes aux acti-



Transports, accompagnement des acteurs touristiques, préservation des espaces naturels... Le directeur du CRTL Occitanie donne les axes de développement du tourisme durable dans la région.

vités de plein air, avec des bonnes pratiques. Nous l'avons vu pendant le confinement : une population nouvelle s'est rendue sur ces sites de pleine nature, avec une potentielle surfréquentation. Il faut être vigilant par rapport à l'environnement, celui-ci doit être respecté.

Et les grands sites ?
JP - Ce que je dis pour les activités de pleine nature vaut aussi pour les grands sites naturels. La fréquentation doit être mieux gérée

sur une périodicité annuelle et quotidienne. La région Sud-Paca est une bonne source d'inspiration. Elle a travaillé avec l'application Waze pour la gestion du Parc des Calanques et la régulation des flux. Si tout le monde va au même endroit au même moment, ça ne marche pas. Par exemple, si l'affluence est trop importante au cirque de Navacelles (dans l'Hérault, NDLR), il faut déconseiller en amont les touristes de s'y rendre. De façon générale, un tra-

vail est à fournir sur l'intelligence artificielle. Voir comment on va pousser de l'information aux bonnes personnes. Et indiquer les activités à faire en temps réel lors d'une escale. Le CRTL a réalisé beaucoup de communication et de promotion jusqu'à maintenant. Il faut désormais donner plus de moyens pour informer les touristes.

Cela peut-il devenir un avantage concurrentiel ?

JP - On a arrêté le tabac dans les restaurants et les bars il y a à peine vingt ans. À l'époque, cela paraissait improbable ; c'est désormais un acquis. Ce sera la même chose pour le tourisme durable. À l'avenir, on ne pourra consommer les vacances et le tourisme que de cette manière-là. C'est un engagement pour la planète, mais il y a aussi une vision économique du sujet. Si on se chauffe aux énergies renouvelables, on réalise aussi des économies derrière. Tout cela peut concourir à positionner l'Occitanie en tant que région touristique, avec une image de territoire préservé. Nous sommes la région comptant le plus de parcs naturels et de pavillons bleus. Beaucoup d'efforts ont été consentis par les collectivités, ceux-ci doivent désormais être portés par les entreprises.

Avec quel type d'indicateurs ?

JP - D'abord, mesurer les impacts environnementaux du tourisme avec un observatoire dédié et des

indicateurs qui ne mesurent pas uniquement la consommation et la fréquentation. Mais aussi la manière dont les personnes se sont déplacées et le niveau d'engagement des entreprises touristiques. L'autre enjeu est de voir comment attirer des personnes qui ne partaient pas en vacances ou ne consommaient pas dans l'économie touristique. Ce public consomme pourtant dans l'économie de loisirs, dans un champ concurrentiel comme la télévision ou Netflix. Je vise les 45 % de Français qui ne partent pas en vacances. Le tourisme durable est avant tout une orientation sociale.

Et les professionnels, comment les acculturer ?

JP - C'est notre troisième axe prioritaire. Il faut accompagner les entreprises dans leur transition environnementale, avec des enjeux d'énergie, de respect de l'environnement, de gestion de l'eau. Un appel à projets portant sur l'affichage environnemental avec l'Ademe se fera d'ici deux mois. Nous espérons qu'une cinquantaine d'hôteliers s'engage dans cette démarche. ♦

M Le plan d'action Tourisme Durable du CRTL Occitanie pour la période allant de 2021 à 2022 est consultable sur ce lien : pro.tourisme-occitanie.com

UN PARTENARIAT ENTRE ATOUT FRANCE ET L'ADEME

L'agence de développement touristique Atout France et l'Ademe ont signé le 13 avril une convention de partenariat avec l'objectif de faire de la France une référence mondiale du tourisme durable. Conclu pour trois ans, le partenariat entre les deux agences publiques vise à articuler le Fonds Tourisme Durable géré par l'Ademe, soit 70 M€ d'ici à 2024. La deuxième priorité de cette alliance va être de proposer aux acteurs du tourisme des données utiles à la compréhension des évolutions des attentes des clients ainsi que des indicateurs de performance. De nouveaux dispositifs d'ingénierie d'Atout France vont être déployés à partir de mai sous forme d'appels à manifestation thématiques en liaison avec les acteurs territoriaux concernés.