



PÔLES D'EXCELLENCE TOURISTIQUE
**17 MESURES POUR FAIRE DE LA FRANCE UNE DESTINATION
PHARE DE L'ECOTOURISME**

Fédérateur : Guillaume Cromer
Coordination : Michel Durrieu
Rédaction : Emilie Babut

17 MESURES POUR FAIRE DE LA FRANCE UNE DESTINATION PHARE DE L'ÉCOTOURISME

Loin des circuits touristiques classiques, de plus en plus de touristes internationaux sont **en quête d'un séjour authentique, responsable, proche de la nature, au cours duquel ils auront la possibilité de se déplacer autrement et de prendre leur temps** pour découvrir la diversité des territoires et nouer des liens avec les habitants.

Avec 80 % de son territoire situé en milieu rural, un patrimoine naturel, des paysages d'une grande diversité et une forte notoriété touristique globale, la France fait déjà partie des destinations plébiscitées par ceux qui souhaitent vivre ce type d'expérience.

Dans la suite de ce document, nous emploierons le terme d'« écotourisme » pour désigner **les formes de tourisme centrées sur l'itinérance douce (tourisme fluvial, à vélo, à pied ou à cheval) et privilégiant des hébergements permettant une proximité avec la nature et les habitants des territoires visités**¹. Toutefois, l'écotourisme pouvant englober d'autres types d'offres, il sera primordial de réfléchir au nom à utiliser pour la future promotion de ces produits sur les marchés internationaux.

La France est d'ores et déjà une destination reconnue en matière d'écotourisme

Le tourisme à vélo, qui représentait un chiffre d'affaires de 1,9 milliards d'euros et 9 millions de séjours touristiques en 2012², est l'une des filières les plus dynamiques du marché touristique français. La France est en deuxième position des destinations mondiales du tourisme à vélo, après l'Allemagne. Les étrangers représenteraient à eux seuls 25% des touristes ayant recours à ce mode de déplacement³.

Avec plus de 10 000 km de véloroutes et voies vertes aménagées, et des itinéraires phares comme la Vélodyssée (littoral Atlantique) ou la Loire à Vélo (Val de Loire)⁴, notre pays présente des atouts non négligeables sur le marché international du cyclotourisme. L'objectif fixé par le Schéma national des véloroutes et voies vertes (SN3V) d'un réseau de 21 000 km d'itinéraires à l'horizon 2020 devrait contribuer à consolider la position française en la matière.

Ce réseau, reconnu comme étant de qualité, bien balisé, complété par un réseau de petites routes locales peu fréquentées, est l'une des forces de la destination France en matière de cyclotourisme.

¹ Ces formes de tourisme ont des spécificités rejoignant en grande partie celles que l'Organisation Mondiale du Tourisme et le Programme des Nations Unies pour l'Environnement utilisent pour définir l'écotourisme : selon ces organisations, l'écotourisme englobe les formes de tourisme « dans lesquelles la principale motivation des touristes est l'observation et la jouissance de la nature ainsi que des cultures traditionnelles (...) ». Cette forme de tourisme intègre des composantes pédagogiques et éducatives relatives au milieu naturel, est généralement, mais pas exclusivement, organisée à l'intention de petits groupes de personnes par des voyagistes spécialisés, et minimise les impacts négatifs sur l'environnement naturel et socioculturel. Enfin, l'écotourisme contribue à la protection des zones naturelles faisant l'objet du séjour touristique, en étant source d'avantages économiques ou d'emploi pour les locaux, et en les incitant à protéger le patrimoine naturel et culturel.
WTO-UNEP concept paper – international year of ecotourism – 2002 - <http://www.unwto.org/sdt/fields/en/pdf/WTO-UNEP-Concept-Paper.htm>

² France Vélo Tourisme – Les chiffres du tourisme à vélo en France – mai 2013

³ Les clientèles internationales du tourisme à vélo en France – pratiques et attentes – zoom sur cinq marchés prioritaires, 2012

⁴ Plus de 800 000 touristes empruntent les 800 km de circuits de la Loire à vélo chaque année.

17 MESURES POUR FAIRE DE LA FRANCE UNE DESTINATION PHARE DE L'ECOTOURISME

En matière de **randonnée pédestre**, nous disposons de 65 000 km de sentiers de Grande Randonnée – malheureusement moins reconnus à l'international que sur le plan national –, d'environ 115 000 km d'itinéraires de Promenade et Randonnée et de grandes traversées mythiques. Cet ensemble offre des possibilités à tous les types de randonneurs, sportifs ou non.

Certains itinéraires de prestige comme le Tour du Mont Blanc, le GR20 (qui traverse la Corse) ou les chemins de Saint Jacques de Compostelle sont connus à l'étranger et attirent déjà un grand nombre de touristes internationaux. Sur les seuls sentiers de Grande Randonnée, les retombées économiques de l'itinérance, toutes clientèles confondues, sont estimées à 2,4 milliards d'euros^{5 6}.

Le réseau touristique fluvial français, quant à lui, est le plus long réseau fluvial exploitable d'Europe avec 8500 km de voies navigables. Le tourisme qui s'y rapporte connaît depuis quinze ans un important essor, quels que soient les produits touristiques ciblés.

Sur le segment de la location de bateaux habitables sans permis, 68% des pratiquants étaient étrangers en 2012⁷. Les dépenses touristiques effectuées pendant une croisière, estimées à 26 millions d'euros, sont pour une grande part imputables aux touristes non français, leur propension à la dépense étant supérieure de 27% à celle des français⁸.

Les péniches-hôtels constituent un marché de très faible taille en termes de nombres de touristes⁹, mais la clientèle étrangère y est majoritaire avec plus de 95% de la fréquentation totale, dont une majorité d'américains. Les dépenses de cette clientèle à fort pouvoir d'achat, s'élevaient à 10 millions d'euros en 2012¹⁰.

Enfin, avec des dépenses courantes plus élevées et des séjours plus longs, les 38 % de navigants étrangers du marché de la location privée concentrent 58 % des retombées économiques du secteur, soit près de 60 millions d'euros par an^{11 12}.

A l'exception du marché des péniches hôtels, - qui attire principalement les clientèles anglo-saxonnes chinoises, brésiliennes et russes - et des locations de bateaux habitables sans permis, qui rencontrent du succès auprès des clientèles d'Europe de l'Est, le tourisme fluvial est aujourd'hui un produit qui concerne essentiellement les clientèles européennes de proximité (Allemagne, Suisse, Grande-Bretagne, Belgique).

D'autres activités comme des séjours combinant vélo et bateau – sont de plus en plus fréquemment proposées depuis 2012. Les tour-opérateurs proposant ce type d'offres sont à 91% étrangers¹³.

Enfin, avec 2500 établissements et associations de cavaliers pratiquant le tourisme équestre et 350 centres labellisés par la Fédération Française d'Équitation¹⁴, la France est une destination reconnue en matière de **tourisme équestre**.

⁵ Fédération Française de Randonnée Pédestre

⁶ Une étude menée en 2010, 2011 et 2012 par l'Observatoire des Chemins de Stevenson estime par ailleurs que cet itinéraire génère 12 000 € de retombées économiques par km d'itinéraire.

⁷ Les allemands et les suisses représentaient 40% de la clientèle à eux seuls, les britanniques venant en troisième position.

⁸ Étude sur les retombées économiques de la location de bateaux habitables sans permis en France, VNF, janvier 2013.

⁹ 19 290 passagers en 2013 ; 9,9 millions d'euros

¹⁰ Les péniches hôtels en France, VNF, 2015

¹¹ Allemagne (12% des touristes), Royaume-Uni (7%), Pays-Bas (6%), Suisse (4%) Belgique (4%)

¹² Étude sur les retombées économiques de la plaisance privée en France, VNF, 2015

¹³ France Vélo Tourisme – Les chiffres du tourisme à vélo en France – mai 2013

¹⁴ Deux labels fédéraux identifient des prestations de tourisme équestre de qualité :

17 MESURES POUR FAIRE DE LA FRANCE UNE DESTINATION PHARE DE L'ECOTOURISME

Le niveau élevé des qualifications professionnelles autorisant l'encadrement de cette activité, la qualité de nos infrastructures (circuits et hébergements) et de notre balisage sont plébiscités à l'international.

La majorité des clientèles étrangères pratiquant cette activité encadrée est une clientèle **européenne de proximité voyageant en individuel**. La Belgique, le Royaume-Uni, l'Allemagne et la Suisse représentent chacun environ 15% de la clientèle étrangère. Si l'accueil de touristes américains, canadiens ou chinois reste rare, de nombreux clubs souhaiteraient être accompagnés dans la mise en place d'une stratégie de communication tournée vers l'international¹⁵.

En 2011, neuf départements issus de 5 régions différentes avaient mis en place 65 itinéraires de tourisme équestre transfrontaliers avec six pays étrangers, ce qui constitue autant d'occasion de capter des clientèles de proximité (cavaliers autonomes)¹⁶.

Des produits touristiques répondant aux attentes de touristes en quête d'une expérience authentique et à faible impact sur l'environnement

Ces formes de tourisme ont un impact limité sur l'environnement et se pratiquent sur l'ensemble de notre territoire, permettant ainsi de répartir des flux touristiques croissants.

Les pratiquants, soucieux de la qualité des produits et services consommés, ont un niveau de dépenses journalières généralement plus élevées que la moyenne.

Il s'agit donc d'un **produit à forte rentabilité pour la France, et à faible impact environnemental**.

En développement depuis quelques années, **l'écotourisme représente** toujours un important potentiel de croissance, car il est porté par une évolution des modes de consommation, une **émergence des préoccupations environnementales** et un **désir** global des clientèles de se tourner vers **des séjours plus authentiques** et plus proches de la nature. Son développement est aussi **porté par la démographie**, avec des clientèles européennes vieillissantes ayant des préoccupations de santé et de remise en forme. C'est aussi un produit familial.

Preuve de cet engouement, les itinéraires aménagés dédiés au vélo (véloroutes et voies vertes) ont par exemple enregistré une hausse de leur fréquentation moyenne de 12% entre 2013 et 2014¹⁷.

Nous devons nous appuyer sur nos atouts pour saisir l'opportunité que représente le développement de ces nouvelles formes de tourisme.

Il est nécessaire pour cela de **fidéliser les clientèles européennes et nord-américaines**, aujourd'hui premières concernées par l'écotourisme en France, mais aussi de **faire en sorte que notre pays soit clairement identifié comme une destination phare de l'écotourisme par les clientèles des pays émergents dans lesquels cette tendance de consommation touristique est en croissance**. Cela implique de structurer davantage notre offre, de favoriser la mise en réseaux des

- Le label Centre de Tourisme Equestre permet d'identifier les établissements équestres spécialisés dans l'organisation de promenades, randonnées, séjours...

- Le label Cheval étape concerne les établissements accueillant des poneys et chevaux à l'étape pour au moins une nuit.

¹⁵ Enquête sur la clientèle étrangère dans le tourisme équestre en France, FFE, 2012 – échantillon de 61 centres équestres et tours opérateurs équestres

¹⁶ Dossier sur les liaisons transfrontalières et partenariats avec les pays étrangers, FFE / CNTE, 2011

¹⁷ Départements et régions cyclables, communiqué de presse, avril 2015

17 MESURES POUR FAIRE DE LA FRANCE UNE DESTINATION PHARE DE L'ECOTOURISME

prestataires et de développer des outils numériques mutualisés pour donner davantage de lisibilité aux itinéraires existants.

Une concurrence des marchés de proximité, et une offre encore insuffisamment structurée et reconnue

Il existe un fort potentiel de développement de l'écotourisme en France, mais l'offre est très fragmentée et la communication non structurée et peu lisible, compte tenu de la multiplicité des territoires et des filières impliquées.

La concurrence de l'Espagne ou la Suisse, qui ont mis en place des stratégies de promotion très structurées, affaiblit également notre visibilité.

Nos supports de communication devront donc être intégrés, et couvrir plusieurs filières et / ou plusieurs territoires.

En matière de structuration de l'offre, la capacité d'hébergement en dehors des villes moyennes est **insuffisante**. Compte tenu du caractère hautement saisonnier de l'écotourisme, il pourrait être opportun de **développer des hébergements éphémères, dotés des services adaptés**. De façon générale, qu'il s'agisse de transports ou d'hébergement, les auditionnés ont pointé un **déficit de services adaptés aux clientèles itinérantes** (port de bagages, transferts, jalonnement des itinéraires par des services de qualité). Nous pourrions nous inspirer de certaines initiatives allemandes ou canadiennes et impliquer les habitants dans le développement d'hébergements et services adaptés.

La mise en produit de l'offre pourrait aussi être améliorée.

L'accessibilité aux itinéraires d'écotourisme doit être renforcée (intermodalité). La situation est particulièrement problématique en matière de tourisme à vélo compte tenu des besoins de transport de matériel jusqu'à destination, pour les clientèles voyageant avec leur propre équipement. **Une réflexion plus large sur l'intermodalité** et la complémentarité des transports collectifs serait bienvenue.

Les personnes auditionnées ont également déploré un **manque de réceptifs** à même d'acheminer les touristes vers les sites touristiques et d'organiser et réserver les prestations et services adaptés.

Enfin, **certains dispositifs réglementaires** freineraient le développement de l'écotourisme et **pourraient être révisés**.

17 MESURES POUR FAIRE DE LA FRANCE UNE DESTINATION PHARE DE L'ÉCOTOURISME

STRUCTURER L'OFFRE ECOTOURISTIQUE EN FRANCE

Proposition 1 : renforcer les missions du cluster « tourisme de pleine nature » d'Atout France, en lui donnant une mission de développement de l'écotourisme

Créé en 2001, **le cluster « tourisme de pleine nature »** d'Atout France rassemble 17 partenaires, institutionnels et professionnels français.

Cette instance doit continuer à travailler, ses moyens doivent être développés et ses compétences repensées.

Sa composante « intelligence économique » en particulier **devra être renforcée** afin d'ajuster sa stratégie et ses actions aux évolutions du marché.

De nombreuses études clientèles ont d'ores et déjà été faites par Atout France, en particulier sur certaines filières (vélo, fluvial) et sur les clientèles européennes de proximité. Des **études complémentaires consacrées aux attentes des touristes des principaux pays émergents** pourraient être menées.

Un travail devra aussi être conduit au sein du cluster pour permettre de mieux identifier et valoriser les attraits touristiques de chaque filière et de **consolider ou construire une image de marque globale pour l'écotourisme**.

De façon générale, il est nécessaire de renforcer les liens entre les acteurs de terrain et le niveau national, via le développement de ce cluster mais aussi en incitant les acteurs du secteur à adhérer à Atout France.

Proposition 2 : rédiger un livre blanc de la gouvernance de l'écotourisme pour diffuser les bonnes pratiques mises en œuvre dans les parcs naturels français

Certains territoires français, en particulier les espaces naturels protégés et les parcs naturels régionaux, ont su **développer des offres d'écotourisme** et de valorisation touristique de leurs patrimoines en **ayant recours à un cadre pertinent de gouvernance**, dans une perspective de développement durable¹⁸.

Les Comités d'itinéraires vélo, qui ont pour vocation de gérer, de développer un itinéraire, de mutualiser les services et informations, et de veiller à l'homogénéité de l'offre sur l'ensemble d'un itinéraire ainsi que la gouvernance mise en place pour les Grands sites pourraient aussi être davantage valorisés.

Un livre blanc permettrait **le partage de ces bonnes pratiques**.

Proposition 3 : intégrer un volet « écotourisme » dans la marque Qualité Tourisme™

La **multiplicité des labels** et marques existants ne simplifie pas la compréhension de l'offre par les internationaux.

Il faut **rendre cette offre plus lisible**, à travers une intégration renforcée des démarches locales au sein de la marque Qualité Tourisme™. Il apparaît aussi nécessaire d'approfondir et de faire évoluer ces démarches en vue d'une amélioration constante de la qualité de l'offre.

¹⁸ En respectant notamment la Charte Européenne du Tourisme Durable dans les espaces protégés.

17 MESURES POUR FAIRE DE LA FRANCE UNE DESTINATION PHARE DE L'ECOTOURISME

Les produits touristiques correspondant aux cinq pôles d'excellence pourraient devenir **cinq segments de la marque Qualité Tourisme™**. Appliqué au monde de l'écotourisme, ce label valoriserait à la fois la qualité de l'accueil et du service, la mise à disposition de services adaptés aux attentes des touristes tout au long du parcours et le travail des acteurs du tourisme en bonne intelligence avec leur environnement immédiat.

Proposition 4 : intégrer un module écotourisme au futur MOOC tourisme d'Atout France

RENFORCER LES CAPACITES D'HEBERGEMENT ET LES SERVICES ASSOCIES A PROXIMITE DES CIRCUITS ECOTOURISTIQUES

Proposition 5 : inciter des promoteurs à développer des hébergements et des services annexes sur les itinéraires et les territoires les plus déficitaires

La capacité d'hébergement étant essentiellement concentrée dans des grandes villes régionales, il est nécessaire de **renforcer les capacités d'hébergement à proximité des itinéraires écotouristiques** (la population doit être sollicitée afin de structurer une offre solide et cohérente, avec entre autres des appels à initiatives).

Il est également nécessaire de **renforcer l'offre de services complémentaires associés à l'hébergement** : accès à internet, location d'équipements, mise à disposition de lieux de maintenance pour le matériel, de garages vélos...

Le financement de la restauration ou de la création d'hébergements intégrant ce type de services **pourrait être assuré notamment par le Fonds d'investissement tourisme** qui sera prochainement mis en place par la Caisse des dépôts.

Proposition 6 : faire évoluer la réglementation relative à l'hôtellerie de plein air pour développer des hébergements éphémères

Cette proposition vient de l'entreprise Huttopia, qui installe sur ses terrains des tentes en location. Ces hébergements légers sont totalement démontables et répondent donc à un souci d'intégration paysagère et environnementale.

Ce type d'hébergements, à la frontière entre une tente classique et une habitation légère de loisirs, **ne bénéficie pas d'un réel statut juridique**. Cela engendre une interprétation de la réglementation au cas par cas, qui ne va pas toujours dans le sens du développement de l'activité.

D'autre part, **la loi n° 2000-1208 du 13 décembre 2000 relative à la solidarité et au renouvellement urbains** impose que tout projet de camping soit fait en zone U alors que la demande touristique va vers des implantations en zone naturelle. Tout camping devient alors une zone urbanisable, ce qui inquiète les collectivités et services de l'Etat et est souvent difficilement accessible pour les porteurs de projets compte tenu de la disponibilité du foncier et des prix pratiqués en ville ou en limite d'urbanisation. Nous proposons donc de revenir au fonctionnement précédent, plus réaliste, et de proposer un classement en zone N (Nature) avec un règlement

17 MESURES POUR FAIRE DE LA FRANCE UNE DESTINATION PHARE DE L'ECOTOURISME

spécifique L très restrictif. Cela permettrait de faire des campings « nature » en zone naturelle (!).

Les obligations définies par la **réglementation thermique RT 2012** sont parfois perçues comme **excessives quand elles s'appliquent à des activités saisonnières**. Les centres de vie associés aux campings, qui sont des ERP, sont en effet soumis aux normes les plus exigeantes en matière d'isolation thermique alors que les campings ouvrent pour la plupart d'avril à octobre.

Enfin, le caractère démontable et réversible des installations pourrait être mieux pris en compte par la réglementation sur les études d'impact.

Ces différents points mériteraient de faire l'objet d'une réflexion approfondie associant les différents ministères concernés.

Par ailleurs, le fait **que la création ou l'agrandissement d'un camping d'une capacité d'accueil de 6 emplacements** ou 20 personnes maximum ne fasse l'objet que **d'une simple déclaration préalable en mairie est un élément positif, sur lequel il faudrait communiquer largement** pour promouvoir la création d'hébergements éphémères sur les territoires ruraux.

Proposition 7 : inciter VNF à lancer des appels à projets afin de réhabiliter et valoriser le patrimoine bâti situé à proximité du réseau fluvial pour le transformer en hébergement ou lieux de vie

AMELIORER L'ACCESSIBILITE DES SITES ET CIRCUITS ECOTOURISTIQUES, ET RENFORCER L'INTERMODALITE

Proposition 8 : soutenir la création d'un réceptif national spécialisé en écotourisme, décliné dans les régions concernées

Les auditions ont mis en avant **l'absence de réceptifs sur l'ensemble de notre territoire.**

Pourtant, la création d'une telle structure permettrait aux tour-opérateurs et distributeurs étrangers de mieux identifier l'offre écotouristique et d'éviter d'être confrontés à une multitude d'interlocuteurs, avec des prix non compétitifs et une qualité de services hétérogène.

Une prise de conscience de l'ensemble des acteurs du tourisme sera nécessaire, afin qu'ils acceptent de commissionner suffisamment un réceptif national fort, chargé de négocier et promouvoir la destination France auprès des tours opérateurs.

Proposition 9 : inciter la SNCF à poursuivre ses efforts en faveur du développement du cyclotourisme

La SNCF s'est largement impliquée au sein du Comité National du Tourisme à vélo, et **a mené un certain nombre d'actions en faveur du développement du cyclotourisme** ces dernières années.

Les principaux chiffres disponibles témoignent d'ailleurs d'une pratique à la hausse des réservations avec embarquement de vélos à bord des trains (hausse de 7,7% sur le trafic cycliste avec réservation sur deux ans), ce qui est lié à la possibilité

17 MESURES POUR FAIRE DE LA FRANCE UNE DESTINATION PHARE DE L'ECOTOURISME

d'acheter, depuis août 2014, son billet et sa réservation « vélo » directement sur Voyages-sncf.com. Des actions sont également prévues dans le cadre de la restructuration de rames de trains à venir : les futures rames seront livrées avec des espaces vélos, et un espace vélo pour deux vélos adultes sera prévu dans chaque wagon dans les futures rames renouvelées¹⁹.

Toutefois, **ces efforts pourraient être renforcés**, afin d'augmenter le nombre de vélos transportés dans chaque rame, notamment celles à destination des destinations stratégiques.

D'autre part, des actions complémentaires ont été identifiées comme nécessaires dans le cadre des auditions. Elles porteraient sur :

- **La signalétique, qui mériterait d'être améliorée, en particulier dans les gares de destination ;**
- **Le préacheminement du matériel vers les gares de destination. L'idéal serait un acheminement « de porte à gare » du vélo et de ses accessoires ;**
- **La mise en place de consignes à vélo et ateliers de réparation dans les gares.**

Proposition 10 : faire du tourisme fluvial l'un des axes prioritaires de la stratégie de Voies Navigables de France (VNF)

Dans le secteur de la croisière fluviale, la prise en considération par l'administration de l'enjeu touristique des voies navigables est insuffisante. Faute de directive politique, **cette dimension a été sous-estimée par VNF au cours des dernières années**. Plusieurs actions concrètes, à coût constant, peuvent d'ores et déjà être mises en œuvre :

- **Nomination d'un représentant du pôle tourisme du MAEDI au sein du Conseil d'administration de VNF ;**
- Réorganisation de VNF pour placer le tourisme en priorité dans la gestion de ses écluses (passage des navires de croisière en priorité sur les bateaux de marchandises comme c'est le cas pour le Rhin) et de ses berges (aujourd'hui sous exploitées pour des raisons d'entretien et de responsabilité).
- **Etude à mener par VNF d'une réorganisation totale de la gestion des berges et des chemins de halage**, afin de permettre la création d'hébergement et le développement d'activités touristiques sur ces espaces (pistes cyclables, parcours d'équitation, zone de promenades), à l'exemple de l'initiative « Canal des 2 mers à vélo »²⁰. A défaut, il serait judicieux **d'assouplir les procédures d'attribution des conventions de superposition** de gestion du domaine public fluvial, afin de développer l'utilisation des vélos sur les chemins de halage.
- Des **hubs de mobilité** devraient également être développés **dans les ports fluviaux**.

¹⁹ Les 40 premières rames Duplex 3UFC seront livrées à partir de 2016. Elles intègrent un nouvel espace « vélo », seront destinées à l'ensemble du marché français. La SNCF prévoit également de livrer 24 rames Duplex renouvelées intégrant un espace « vélo » pour deux vélos adultes, à partir de novembre 2017. Pour les 34 rames Inter Cités commandées fin 2013 et financées par l'Etat, l'espace vélo comporte trois places et les 34 nouvelles rames Régiolis Inter Cités disposent chacune d'un espace vélos – source : DGE.

²⁰ Il est nécessaire de faire évoluer le décret de 1932, article 62 qui dit : « Nul ne peut, si ce n'est à pied, circuler sur les digues et chemins de halage ». Sur le plan juridique, l'accès des 2 roues est donc strictement interdit sur le domaine public fluvial sauf autorisation spéciale. Or, le développement de circuits bateau – vélo répondrait à une attente forte des touristes internationaux.

17 MESURES POUR FAIRE DE LA FRANCE UNE DESTINATION PHARE DE L'ECOTOURISME

- Enfin, il faudrait **formaliser le rôle que pourraient jouer les éclusiers en matière de tourisme**, et mettre en place si nécessaire un plan de formation leur permettant d'acquérir les compétences indispensables pour accueillir et orienter des touristes internationaux.

Proposition 11 : étendre la démarche Odyssea aux ports fluviaux pour créer des parcours cohérents liant voies navigables et arrière-pays

Sur le segment de la location de bateaux habitables sans permis, **75 % des clients ne s'éloignent pas à plus de 5 km du bateau pendant leur croisière**, et seules 15 % des personnes ont effectué au moins une visite payante²¹.

Il est donc nécessaire de développer de nouveaux outils pour **inciter les voyageurs pratiquant du tourisme fluvial à effectuer aussi des visites à terre**, et ainsi permettre à des territoires plus vastes de bénéficier des retombées économiques de l'écotourisme.

La Fédération Française des Ports de Plaisance (FFPP) a lancé, en 2007, le **programme Odyssea**, qui vise à développer des destinations d'excellence en connectant le port et la cité portuaire à l'arrière-pays, en créant un itinéraire terre / mer basé sur des thématiques d'escales (Nautisme et loisirs nautiques, Culture, paysage et patrimoine, Art de vivre et saveurs, Nature et découvertes).

Ce programme **pourrait utilement être décliné autour des principales voies navigables**.

DEVELOPPER DE NOUVEAUX PRODUITS

Proposition 12 : développer ou pérenniser des itinéraires écotouristiques complets

L'offre de sentiers de randonnées du réseau traditionnel **est souvent trop technique et physique pour la majorité des touristes**, que ce soit à pied ou à vélo. En outre, les randonneurs et cyclistes sont parfois confrontés, lors de leurs déplacements, à une impossibilité d'accès à certains sites.

Afin de pérenniser les circuits existants, il est indispensable de **s'assurer que les servitudes de passage** définies au cadastre et permettant la randonnée **sont réellement respectées**, de façon à éviter que ces servitudes ne tombent faute d'utilisation des chemins concernés.

D'autre part, une réflexion doit être lancée pour **évaluer la possibilité de créer de nouveaux itinéraires via l'instauration de nouvelles servitudes**. Le Syndicat National des Moniteurs Cyclistes propose par exemple d'étendre les principes de la servitude montagne au VTT²².

²¹ Etude sur les retombées économiques de la location de bateaux habitables sans permis en France - Janvier 2013 - VNF

²² Lorsqu'aucun accord ne peut être conclu avec un propriétaire, cette servitude permet une expropriation valable uniquement pour le passage des pistes de ski. Le propriétaire dispose d'un délai d'un an pour prouver le préjudice et demander une indemnité proportionnée et réglée qu'une seule fois.

17 MESURES POUR FAIRE DE LA FRANCE UNE DESTINATION PHARE DE L'ECOTOURISME

Proposition 13 : réunir l'ensemble des acteurs du cyclotourisme au sein de France Vélo Tourisme

France Vélo Tourisme et la Fédération Française de Cyclotourisme sont deux réseaux ayant développé chacun un label de prestataires (Accueil Vélo & Les Bonnes Adresses FFCT), mis en place des modes de référencement des itinéraires par difficulté différents, et déployé des stratégies différentes.

Il serait donc utile d'**organiser une rencontre officielle entre France Vélo Tourisme et la Fédération Française de Cyclotourisme** afin de valider une stratégie partagée.

Proposition 14 : soutenir le développement du vélo à assistance électrique

Cela pourrait se traduire par la **mise en place de bornes permettant de louer des vélos électriques dans les ports fluviaux et dans les offices de tourisme**, et par des actions de communication autour de ce nouveau moyen de transport.

Nous pourrions nous inspirer de l'exemple de Barcelone, où une politique volontariste de déploiement du vélo électrique a été mise en œuvre.

Le développement du vélo à assistance électrique permettrait de conquérir de nouvelles clientèles non sportives, encore non concernées par l'écotourisme ou la montagne en été.

PROMOUVOIR L'OFFRE FRANÇAISE DE FACON INNOVANTE

Proposition 15 : créer un portail de promotion et de commercialisation des offres d'écotourisme en France, intégrable dans le site Atout France

Pour faire connaître les offres d'écotourisme en France, il est prioritaire de **réaliser une plateforme digitale innovante** et d'impliquer au maximum les influenceurs et prescripteurs nationaux et internationaux comme les blogueurs de voyage dans la promotion de la destination.

Sous l'impulsion d'Atout France, il serait pertinent d'imaginer un site d'intermédiation efficace afin de faciliter la réservation de séjours d'écotourisme et la mise à disposition d'informations pertinentes pour les touristes individuels (prestataires affiliés, intermodalité de transports, carte interactive, etc.).

Un hackathon pourrait être organisé en partenariat avec le Welcome City Lab (incubateur tourisme de la Ville de Paris) afin de décliner ce site sous forme d'application.

Les principales structures fédératives concernées (Fédération Française de Randonnée Pédestre, Fédération Française d'Équitation, France Vélo Tourisme...) **seront associées** à la rédaction des cahiers des charges du site et de l'application²³.

²³ Il sera indispensable de développer un site commun à différents territoires, en s'appuyant sur les initiatives déjà mises en place pour certaines filières telles que francevelotourisme.com, et baladesfluviales.fr, et d'assurer des liens entre les informations concernant les différents types d'itinérance douce.



17 MESURES POUR FAIRE DE LA FRANCE UNE DESTINATION PHARE DE L'ECOTOURISME

Proposition 16 : Lancer une campagne de communication digitale innovante en s'appuyant sur les blogueurs internationaux de voyage afin de leur permettre de découvrir les offres itinérantes en France

Proposition 17 : Réaliser une campagne de promotion de type « Best Job in the World »²⁴ en demandant à des jeunes du monde entier de réaliser une présentation vidéo de leur vision de l'écotourisme en France.

Les meilleures candidatures pourraient se voir confier une mission pour **parcourir la France sur les itinéraires d'écotourisme** afin de tester les produits, rencontrer les prestataires et les locaux, goûter aux produits de terroir **et réaliser des articles et vidéos** pour promouvoir l'écotourisme français dans leur pays.

Au-delà du développement et de la promotion de l'écotourisme, il est indispensable pour la destination France de se doter d'une stratégie développement durable, afin de pérenniser notre positionnement de première destination touristique mondiale, et de préserver notre patrimoine naturel, facteur clé d'attractivité pour la destination France.

²⁴ Campagne de promotion lancée par Tourism Australia en 2009. Plus de 330 000 personnes originaires de 196 pays avaient candidaté pour l'un des six « métiers de rêve » proposés (ranger, explorateur culinaire, expert en festivals et événements, photographe chasseur de tendances, soigneur animalier et explorateur de l'*outback* australien - avec à chaque fois un contrat de six mois et 100 000 dollars australiens à la clé).



17 MESURES POUR FAIRE DE LA FRANCE UNE DESTINATION PHARE DE L'ECOTOURISME

Composition du comité de pilotage

- Fédérateur du pôle : Guillaume Cromer, dirigeant d'Id Tourism
- Atout France : Hélène Haubois, chef de service à la direction marketing
- Ministère des Affaires Etrangères et du Développement International : Emilie Babut, chargée de mission attractivité touristique ; Hughes de Chavagnac, chargé de mission tourisme auprès de la Directrice des Entreprises et de l'Economie Internationale ; Michel Durrieu, responsable du pôle tourisme
- Ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique : Christine Vocher, chargée de mission Partenariats et tourisme rural à la Direction Générale des Entreprises

17 MESURES POUR FAIRE DE LA FRANCE UNE DESTINATION PHARE DE L'ECOTOURISME

Liste des personnes auditionnées

Auditions	Personnalités auditionnées / invitées (pour les sessions à venir)
Audition n°1 (23 février 2015)	<ul style="list-style-type: none"> - Marie Balmain, responsable développement durable, Pierre & Vacances - Philippe Bossane, directeur, Huttopia - Laurent Bourdenet, Chamina Voyages - Véronique Brizon, directrice, RN2D - Laurence Chabanis, Parcs Nationaux de France - Philippe Coadour, directeur développement réseau, Gîtes de France - Philippe Coupy, Directeur, France Vélo Tourisme - Vincent Delaitre, directeur adjoint en charge de la performance sociale et environnementale, CRT Picardie - Vincent Garnier, directeur du CRT Centre Val de Loire (initiative Loire à Vélo) Isabelle Gautheron, Conseillère technique nationale, Fédération française de Cyclotourisme - Bertrand Houillon, directeur communication, fédération française de Cyclotourisme - Patrice Legal, secrétaire général, Fédération française de Cyclotourisme - Fabienne Lemoine, Balades fluviales - Romain LePemp, Offices de Tourisme de France - Christophe Leservoisière, Cheval d'Aventure - Yves Lespérat et Séverine Ikkawi, administrateur en charge du tourisme et chargée du numérique, Fédération Française de randonnée pédestre - Brice Martinou, Guide Like You - René Louis Thomas, Association Inter Régionale des Elus des Nationales 7, 6, 85, 86, ancienne Route Bleue et des amis de la route - Anne Vourc'h, Réseau des Grands Sites de France
Audition n°2 (23 mars 2015)	<ul style="list-style-type: none"> - Alexis Milcent, responsable affaires publiques, Michelin - Hugues Beesau, Rhône Alpes tourisme - Caroline Heller, responsable tourisme durable, CRT Bretagne - Louise de Torcy, CCI France - Philippe Bernez, directeur, Station Verte - Jean-Pierre Jallot et Nathalie Fey, Parc Naturel Régional du Perche
Autres personnes auditionnées	<ul style="list-style-type: none"> - Catherine Bonnichon, responsable des affaires européennes, Fédération Française d'Équitation - Frédéric Bouix, délégué général de la Fédération Française d'Équitation - Etienne Coffin, coordinateur du Comité Français pour le Développement Durable du Tourisme - Muriel Faure, directrice, Grande Traversée des Alpes - Julien Rebuffet, directeur du Syndicat des Moniteurs Cyclistes Français - Jean-François Rial, directeur général de Voyageurs du Monde - Danielle Rouganne, déléguée générale, Entreprendre pour le Fluvial - Gérard Ruiz, Association Nationale des Elus du Littoral et ancien président du Partenariat Mondial pour un Tourisme Responsable - Benjamin Tetart, directeur de Manche tourisme - Commission Tourisme & Sports de Loisirs à la Fédération des Parcs naturels régionaux