

UICN – TOURISME DURABLE EN MÉDITERRANÉE
SITUATION ET PERSPECTIVES, STRATÉGIES ET ACTIONS
DOCUMENT DE TRAVAIL - TEXTE BROUILLON

Auteur : José María de Juan Alonso

Août 2010



TABLE DES MATIÈRES

- 1 - SUR LE DOCUMENT ET SES OBJECTIFS.**
- 2 - INTRODUCTION ET JUSTIFICATION.**
- 3 - Marketing de destinations touristiques et durabilité.**
- 4 - Les conditions de durabilité.**
- 5 - Notes initiales pour un cadre conceptuel du tourisme durable.**
- 6 - Monoculture touristique et durabilité environnementale.**
- 7 - Le concept de tourisme responsable.**
- 8 - Durabilité sociale.**
- 9 - Durabilité culturelle.**
- 10 - Durabilité économique-entrepreneuriale.**
- 11 - Effets positifs et négatifs de l'activité touristique.**
- 12 - Tourisme, loisirs et usage public.**
- 13 - Compatibilité des modèles de développement touristique.**
- 14 - La pression de la demande.**
- 15 - La complexité thématique de la durabilité touristique.**
- 16 - Le rôle entrepreneurial dans la durabilité touristique.**
- 17 - La planification du territoire.**
- 18 - Le cas spécial des aires naturelles protégées.**
- 19 - Le cadre de la planification touristique.**
- 20 - Le cas du "tourisme " résidentiel et les liens avec le tourisme.**
- 21 - Dépendance de l'activité touristique et modèles de développement.**
- 22 - Le cadre juridique de la planification pour le tourisme durable.**
- 23 - Les contraintes opérationnelles pour le tourisme durable.**
- 24 - Le cadre économique-entrepreneurial : le lien entre producteurs et destinations.**
- 25 - Le cadre associatif.**

- 26 - Les ressources patrimoniales naturelles.**
- 27 - Les ressources patrimoniales culturelles.**
- 28 - La demande touristique et son évolution.**
- 29 - Mobilité et transport durable.**
- 30 - La mer Méditerranée comme ressource et comme destination.**
- 31 - Gestion des connaissances et du transfert.**
- 32 - Tourisme et biodiversité.**
- 33 - La gestion institutionnelle de la durabilité touristique.**

1 - SUR LE DOCUMENT ET SES OBJECTIFS.

Ce document cherche à aborder de manière très précise :

- une vision globale de la manière dans laquelle l'espace géographique de la Méditerranée est actuellement concerné par les points de vue de la durabilité dans le secteur du tourisme,
- quels sont les domaines d'action qu'il faut nécessairement prendre en considération pour avancer dans la durabilité,
- indiquer quelques lignes de travail ou propositions d'action, aussi bien générales que spécifiques.

Évidemment, un document de réflexion aussi sommaire ne peut être perçu que comme un brouillon de travail et nous ne détaillerons ni analyserons pas les références, produits, conflits, études de cas, indicateurs ou paramètres opérationnels liés aux sujets traités ; puisque le faire exigerait des dizaines de pages pour chacun d'entre eux. La prétention est de pouvoir dégager de ce document des questions concrètes pour le débat, des stratégies et des actions pouvant être abordées immédiatement pour résoudre progressivement et de manière séquentielle les nombreux problèmes exposés.

Ces stratégies doivent être partagées entre les entités publiques, le secteur touristique, les organisations environnementales et les agents sociaux s'ils souhaitent avoir du succès et pouvoir ainsi se consolider comme règle dans la planification et dans les opérations touristiques en Méditerranée.

Par ailleurs, le tourisme est analysé en fonction de l'usage public et des loisirs organisés comme des situations différentes mais très difficiles à séparer dans les destinations de la Méditerranée les plus développées et concentrées.

Ce document permet de dégager de manière directe et immédiate une grande quantité de lignes de travail, des sujets à débat et des actions tangibles que des équipes techniques multidisciplinaires devraient ultérieurement définir plus concrètement puis les mettre en œuvre au sein des espaces pilotes qui renferment les conditions les plus adéquates.

Le lien du tourisme avec la biodiversité est par ailleurs un axe essentiel du document, depuis le point de vue de la conservation et aussi de la biodiversité comme ressource touristique à très haute valeur ajoutée. Cela constitue en outre une réflexion très opportune au moment où l'on aborde la dernière ligne droite de l'Année Internationale de la Biodiversité.

NOTE : Une liste de références essentielles sera également élaborée et présentée avec ce document sur les principaux aspects traités pouvant servir comme inspiration et base documentaire pour continuer à avancer sur la thématique et pour des projets futurs.

2 - INTRODUCTION ET JUSTIFICATION.

Il existe sans doute un souci général sur les possibilités et les limites de l'activité touristique sur un espace aussi emblématique et sensible que la Méditerranée, et que l'approche de stratégies de grande portée pour se rapprocher à la durabilité touristique dans ce domaine, depuis un point de vue global, présente initialement une grande quantité de difficultés. Il suffit de citer l'apparition récente (Août 2010) dans la presse générale d'une étude qui présentait la Méditerranée comme une mer très menacée. Nous citerons plus tard certains de ces impacts avec plus de détail.

Nous devons tenir compte dans un premier temps qu'il s'agit de pays, territoires, destinations et clusters (ensembles d'attractions) touristiques avec un degré très différent de développement touristique ; certains d'entre eux possèdent une situation sur le marché et un degré de développement de l'offre très élevé.

Ces deux facteurs, une position sur le marché et un degré de développement de l'offre touristique, sont extrêmement importants au moment d'aborder des visions de durabilité, comme nous analyserons plus tard. Face à ces derniers, il existe d'autres destinations émergentes et avec un grand potentiel en Méditerranée, surtout en Europe de l'Est, qui ont trouvé dans certains cas dans le tourisme l'unique possibilité de survie économique à moyen terme ; par conséquent, ces nouvelles destinations imposent une grande pression pour la création d'offre et la construction d'infrastructures près des meilleurs paysages et des sites les plus accessibles.

Raison pour laquelle il faut développer deux grandes lignes de travail :

- l'une pour les destinations consolidées ou même dégradées,
- et une autre pour les destinations émergentes et pour les territoires qui ne peuvent même pas être encore considérés comme une destination, mais qui présentent une vocation touristique évidente.

C'est au sein de ces nouvelles destinations où il est faut absolument construire une prise de conscience sur la nécessité de créer une planification touristique durable, capable de tirer des leçons des erreurs du passé dans les destinations mûres et dégradées de la Méditerranée. À cet effet, il convient d'établir un système de gestion des connaissances et de transfert des résultats des recherches scientifiques et de marché, pouvant être accessibles surtout pour les destinations les plus petites et les plus fragiles en structure de gestion, et aussi pour les PME.

Il est nécessaire de reconnaître également que l'intervention en Méditerranée est plus complexe parce qu'il faut intervenir parallèlement sur des modalités de tourisme très diverses, allant depuis le tourisme de masse de soleil et de plage le plus conventionnel jusqu'au tourisme culturel plus raffiné et spécialisé ; tous cohabitent dans un espace relativement petit et, en général avec, une grande concentration humaine et avec de nombreux conflits d'usage et d'abus du territoire.

Cela provoque en outre un grand nombre d'incompatibilités entre les modalités de tourisme et entre les segments qu'il faut analyser en profondeur depuis le point de vue du marketing.

De même que la présence de destinations très développées et parfois en dégradation ou en déclin, proche à des destinations émergentes, provoque une grande concurrence territoriale, y compris au sein d'un seul pays. Cette concurrence territoriale engendre par ailleurs une guerre néfaste de prix entre des destinations consolidées et à son tour avec les destinations émergentes qui n'a cessé d'augmenter avec le "credit crunch" ou crise financière internationale.

La concurrence féroce à l'égard des principaux flux de touristes, dont le nombre global a souffert une réduction considérable surtout visible au quotidien dans leurs pouvoirs d'achat, oblige les destinations à rivaliser en réduisant les prix et les standards de qualité à tous les niveaux. Cela concerne inexorablement les éventuelles approches de durabilité de l'offre, en pénalisant leur rentabilité et en réduisant leurs marges de manœuvre.

En outre, les effets sont visibles à première vue dans les médias aussi bien généralistes que spécialisés, où le discours sur la durabilité est passé à un second plan face au souci de l'industrie touristique lié à sa propre survie. Dans cette concurrence, les destinations les plus faibles en terme d'image et de sécurité sont condamnées.

3 - Marketing des destinations touristiques et durabilité.

Nous réalisons dans ce document de nombreuses références au marketing touristique et celui des destinations, puisque ce dernier maintient un rapport considérable de synergies et de frictions avec les politiques de développement durable et avec ses possibilités d'application.

Depuis le point de vue du marketing touristique, l'ensemble de l'espace méditerranéen agit comme une grande et unique destination qui est une référence touristique internationale. Ceci transforme en modèle de référence et d'imitation dans n'importe quel pays de la planète, quelconque initiative prise dans les destinations touristiques très mystifiées, reconnues et réputées par tous les marchés émetteurs, tels par exemple l'Italie, l'Espagne ou le sud de la France / Côte d'Azur. C'est pourquoi, quelconque action réalisée dans celles-ci renferme de grandes possibilités d'influencer les tendances des marchés touristiques internationaux, aussi bien émetteurs que réceptifs, surtout sur les moins développés et émergents.

Le mythe de la Méditerranée va au-delà des frontières et accumule une grande quantité de destinations et micro-destinations qui font partie de la mémoire médiatique collective et de l'imaginaire mythique des loisirs et du tourisme dans la société développée depuis de longues décennies.

Nous pouvons observer, par exemple, comment les pays du Maghreb qui ont misé dernièrement de manière intense et accélérée en faveur du développement

touristique, tels la Tunisie et le Maroc, utilisent habituellement un modèle de développement très similaire à celui de la Méditerranée espagnole, avec des aires de grande concentration urbanistique dans lesquelles se mélangent dans une mesure plus ou moins intense le phénomène du tourisme résidentiel ou de secondes résidences avec l'offre touristique proprement dite, tel le cas de Saïdia.

Ce modèle de développement touristique et de construction est fortement contesté en raison de ses impacts environnementaux et esthétiques immédiats, de même qu'en raison de leur propre viabilité comme modèle de développement socioéconomique ; bien qu'il se trouve par effet d'imitation dans de nombreuses destinations dans le monde entier ; en assumant dans les pays les moins sécurisés et les moins dotés en infrastructures générales pour le tourisme et les loisirs la forme de "resort", installations ou village de vacances, et aussi hôtels "tout compris", qui isolent presque totalement les touristes de la population locale après les avoir transportés parfois depuis l'autre bout du monde. C'est de toute évidence un modèle inviable du point de vue environnemental, social et culturel, mais de plus en plus répandu dans les destinations en développement qui cherchent une rentabilité à court terme.

Face à ce panorama, il est nécessaire d'envisager quelles sont les conditions générales de durabilité et essayer de les traduire en critères et en mesures concrètes.

Depuis le point de vue du marketing, le rôle des Chambres de commerce peut être très important dans ce contexte, en leur qualité d'entités d'accumulation de connaissance du marché qui peuvent servir de noyaux de dynamisation des politiques de marketing les plus qualifiées et viables. Elles peuvent également servir d'interlocuteurs parmi les différents types de destinations visées, en transférant le savoir-faire de la gestion et les données de marché. La coopération publique-privée est fondamentale pour parvenir à une planification touristique durable et mettre en œuvre ses politiques.

Ces politiques supposent une publicité touristique de plus en plus efficace et qui visent des segments ou des niches de demande préalablement bien préfigurées et identifiées, en évitant de plus en plus les campagnes de promotion massives et sans distinction. Ces campagnes visant des audiences massives ont un coût très élevé et un ratio d'efficacité très faible.

Cela facilite la captation de publics sélectionnés qui offrent un pouvoir d'achat plus important sur le territoire et transforment ces lieux en une destination touristique face au marché.

Pour pouvoir atteindre cet objectif, il faut préalablement développer une campagne considérable visant la professionnalisation des agences de développement, de gestion et de promotion touristique locale. L'éclosion permanente de nombreuses micro-destinations en Méditerranée n'a pas été planifiée et généralement les destinations émergentes ne disposent pas généralement d'équipe technique capable de mettre en œuvre avec succès des mesures de planification et de marketing avancé selon des critères de durabilité.

La coordination de l'image est par ailleurs absolument nécessaire puisque la disparité de campagnes, d'images et de messages sur la durabilité touristique tend à confondre la demande. L'excès d'information et de publicité touristique visant une demande soumise à des impacts publicitaires constants contribue à augmenter la confusion.

La coordination de politiques de marketing est aussi nécessaire parmi les destinations, vu que la concurrence fondée uniquement sur le prix détériore la structure propre du secteur et il est nécessaire que les destinations de la Méditerranée apprennent à coexister et à coordonner leurs stratégies de marketing pour atteindre de meilleurs marchés.

À cet effet, certaines politiques comme celles des "hôtels resort" et les hôtels "tout compris", déjà mentionnés, ont été spécialement nuisibles en attirant des masses de public avec un pouvoir d'achat très faible et qui développent toute leur activité à l'intérieur de l'hôtel ou organisée par l'hôtel ; cela a pour effet l'élimination de la plus grande partie commerciale de l'offre indépendante, qui possède normalement des marges commerciales beaucoup plus larges qui créent des bénéfices bien plus importants pour les destinations dans son ensemble.

L'obsession pour la rentabilité à court terme, accompagnée par le phénomène du *low cost* dans le transport a engendré ce modèle de *low cost* de l'hébergement et de séjour complet. Ce modèle de tourisme de masse à très faible rentabilité par unité se heurte frontalement avec le modèle spécialisé que l'on cherche à renforcer dans le cadre du tourisme durable.

Dans ce secteur du marketing il n'y a aucun doute que le rôle des Chambres de la Méditerranée sera crucial tels des guides de savoir-faire et d'initiatives et aussi comme "un panel d'experts" sur les stratégies de durabilité qui permettront d'atteindre un avenir lumineux à cette grande destination.

L'irruption des nouvelles technologies dans le domaine du marketing touristique oblige, aussi bien les entreprises que les professionnels, les employés et les organismes intermédiaires, à une mise à niveau permanente et à une qualification optimale. Il est nécessaire dans tous les cas d'octroyer aux nouvelles technologies utilisées, aussi bien dans le marketing que dans la production et l'information, une ligne de travail à part en raison de leur importance et de leur évolution constante.

4 - Les conditions de durabilité.

Les conditions de durabilité qui doivent prévaloir sur quelque action en faveur du tourisme durable doivent envisager ces trois domaines de manière intense et coordonnée :

- environnemental/ paysager,
- social-culturel et
- économique-entrepreneurial,

spécialement sur les territoires et les destinations en processus de développement; de manière à garantir l'avenir du territoire et la stabilité des initiatives commerciales. Nous insisterons plus tard sur le cadre conceptuel lié à chacun de ces domaines ou conditions de durabilité.

Nous pouvons observer, par exemple, dans le cas de la coopération internationale au développement, que les initiatives échouent habituellement quelques années plus tard en raison du manque de schémas préalables et bien déterminés de durabilité économique/ entrepreneuriale ; de même que par l'excessive ou unique dépendance de fonds extérieurs pour le développement du tourisme durable.

Cette coopération s'est également fortement développée dans le domaine du tourisme en Méditerranée, depuis différents pays de l'Europe touristiquement développée vers les pays de l'ancienne Yougoslavie et vers tout le Maghreb. Dans ce domaine, la disparité et le manque de coordination des actions sur place, accompagnée de la multiplicité des acteurs, sont la cause principale que l'efficacité de l'assistance soit très faible et discontinue. Il faut ajouter à cela le manque de professionnels du secteur touristique, connaissant en outre leurs marchés dans le domaine de la coopération au développement. À nouveau nous pouvons indiquer que les Chambres peuvent et doivent être un interlocuteur propice dans ce schéma de coopération, en adaptant l'assistance technique aux besoins réels des entreprises. En ce qui concerne la coopération au développement, la réalité touristique est spécialement complexe, puisque la faible dimension, la dispersion et l'isolement des entreprises que nous souhaitons soutenir rendent difficile leur accès aux connaissances touristiques et au marché.

Il en est de même pour le tourisme intérieur de certains espaces liés aux principales destinations méditerranéennes, où la durabilité à long terme du schéma de développement socio-économique n'a pas été assurée sur la base du tourisme qui a été encouragé depuis les programmes publics de développement et de cohésion de l'Union européenne ; ceci est en train de compromettre actuellement les possibilités du territoire avec des problèmes tels que :

- l'abandon ou la dégradation des exploitations touristiques,
- l'augmentation des problèmes sociaux,
- l'abandon des activités de production traditionnelle,
- et le dépeuplement,

parmi d'autres symptômes.

Le manque de continuité dans les politiques et les aides c'est ce qui a causé le collapsus d'une grande partie des processus de développement du tourisme dans le pourtour de la Méditerranée avec de grandes inégalités préalables entre les régions qui parfois ont augmenté avec les politiques de développement rural.

L'introduction non planifiée de modèles de tourisme exogènes ou inconnus pour la culture locale est directement liée aussi à l'échec de nombreuses initiatives. C'est pourquoi il est nécessaire que les destinations émergentes de la Méditerranée

relèvent ces erreurs pour ne pas les répéter, et profitent aussi des nombreux exemples qui ont remporté un grand succès.

Dans ce contexte, de même que dans les programmes de coopération internationale au développement, antérieurement cités, des fonds considérables ont été octroyés dans les premières années des programmes Leader (début des années 90) pour la création d'infrastructures et d'offre tangible (centres d'interprétation et de visiteurs, signalisation, sentiers, hébergements de tout genre...) mais généralement la continuité de la gestion et les opérations desdites infrastructures n'ont pas été assurées. C'est pourquoi il est relativement facile de trouver ces installations fermées, faiblement ou sans entretien, en raison du manque de stratégie et/ ou de fonds des communes et des autres entités locales.

De même que dans d'autres situations, citées dans ce document, la crise économique actuelle a contribué à accélérer le processus de dégradation d'un schéma de développement qui était déjà mal conçu.

Il est de toute évidence que les destinations moins développées de la Méditerranée, surtout pour les sites ruraux à proximité du littoral, ont besoin impérativement d'un plan d'action de ce genre pouvant catalyser les fonds internationaux et nationaux, publics et privés, pour offrir un support au développement du littoral. L'importance de ces sites ruraux proches aux zones de tourisme côtier est vitale comme support de la culture, du paysage et de la biodiversité autochtones. Raison pour laquelle il existe un réel souci lié à ces lieux dans lesquels l'expansion des constructions sur la côte s'est étendue aux régions de l'intérieur les plus proches, en peuplant le paysage de zones urbanisées qui partagent un même schéma d'invasion.

Dans ce contexte, l'obsession de la part de l'initiative publique en faveur de la construction d'infrastructures et d'éléments tangibles a laissé de côté entre autres des sujets essentiels :

- le souci vis-à-vis des stratégies liées à la recherche de marchés du tourisme durable,
- la recherche des impacts positifs et négatifs de l'activité touristique ; à court, moyen et long terme,
- la création de structures de production/ de réception et structures commerciales performantes et stables qui n'existent absolument pas dans les territoires de l'intérieur et dans les destinations émergentes du littoral.

La grande diversité d'approches politiques du développement ; accompagnée par la présence de communautés, régions, contrées et provinces autonomes avec une grande indépendance vis-à-vis des compétences sur l'usage du territoire et les compétences entièrement touristiques, complique tout spécialement la possibilité d'atteindre des consensus et des modèles coordonnés sur l'utilisation touristique durable du territoire dans l'espace méditerranéen y compris à l'intérieur de chaque pays, région ou Communauté Autonome. Mais en tout cas, c'est une étape

nécessaire pour confronter et proposer une alternative à l'anarchie actuelle qui règne dans le développement touristique et ses modèles.

La planification et le développement du tourisme sont des réalités complexes qui dépendent de nombreux facteurs externes, avec des changements constants des menaces et des opportunités issues de l'extérieur et des évolutions des marchés. Cela exige une mise à jour constante des analyses AFOM préalablement à la planification et la révision constante de la situation des atouts et des faiblesses vis-à-vis de la durabilité et la compétitivité, deux concepts intimement liés.

Nous allons aborder à présent un cadre conceptuel sommaire du tourisme durable, qui nous permettra d'avancer en utilisant le même langage basique.

5 - Notes initiales pour un cadre conceptuel du tourisme durable.

Selon les définitions les plus communes, généralement acceptées par les entités académiques et les organismes internationaux, le tourisme durable prend soin de l'environnement pour des raisons d'engagement éthique, de préservation socio-économique et de marché.

Les principes directeurs du développement durable du tourisme et les pratiques de gestion durable sont applicables à toutes les formes de tourisme dans tous les types de destinations, y compris le tourisme de masse et aux divers créneaux touristiques les plus spécialisés. Les principes de durabilité se réfèrent aux aspects environnemental/ paysager, économique/ entrepreneurial et socioculturel du développement du tourisme, déjà cités antérieurement ; en établissant un équilibre adéquat entre ces trois dimensions pour garantir sa durabilité à long terme.

Par conséquent, le tourisme durable doit exploiter de façon optimum les ressources de l'environnement qui constituent un élément clé de la mise en valeur touristique, en préservant les écosystèmes et les processus écologiques essentiels et en aidant à sauvegarder les ressources naturelles et la biodiversité.

Il doit par ailleurs respecter l'authenticité socioculturelle des communautés autochtones, conserver ses actifs culturels architecturaux et vivants, ses valeurs traditionnelles, ses matériaux originaux, et contribuer à l'entente et la tolérance interculturelle entre les visiteurs et les habitants des lieux.

Enfin, il doit assurer des activités économiques viables à long terme, en offrant à toutes les parties prenantes des avantages socioéconomiques équitablement répartis ; notamment des emplois stables, des possibilités de bénéfices et des services sociaux pour les communautés d'accueil, en contribuant ainsi à la réduction de la pauvreté dans les lieux les plus défavorisés dans le cadre des Objectifs du Millénaire pour le développement.

Le développement durable du tourisme requiert la participation, en connaissance de cause, de tous les acteurs concernés ainsi qu'une forte direction politique pour

assurer une large participation et l'existence d'un consensus entre les secteurs public et privé. L'implantation d'un modèle généralisé de tourisme durable est le fruit d'efforts permanents et il exige le contrôle constant des effets de cette activité, ce qui suppose l'adoption, le cas échéant, de mesures préventives et/ou correctrices nécessaires.

Le tourisme durable devrait aussi satisfaire, au plus haut niveau possible, les touristes, et représenter pour eux une expérience utile en leur faisant prendre davantage conscience des problèmes de durabilité et en encourageant des pratiques touristiques durables. L'éducation environnementale et l'interprétation du patrimoine sont des outils jouissants d'une longue expérience et fortement intégrés qui peuvent contribuer largement à cet aspect.

Il est vrai aussi que pour qu'une stratégie de durabilité environnementale du tourisme puisse exister malgré son coût technique élevé la destination visée doit avoir une masse critique minimale de produits ou des entreprises qui la justifient. La dispersion géographique des labels et des systèmes de durabilité du tourisme applicables à des zones avec une offre minimale est à l'origine entre autres du caractère non viable du modèle actuel de développement du tourisme en Méditerranée.

Par ailleurs, le concept de capacité de charge fait référence à la taille maximale jusqu'à laquelle une population peut se développer et continuer à subsister de manière permanente grâce à son milieu. La translation de ce concept au domaine du tourisme et des loisirs organisés a eu lieu en raison de son incontestable force pour exprimer les limites que tout milieu naturel possède pour supporter la pression humaine, sans détériorer ses ressources, sa dynamique et ses fonctions.

La capacité de charge touristique s'exprime en termes de nombre de visiteurs et d'activités capables d'être réalisées dans une zone touristique sans porter atteinte à l'ensemble des valeurs écologiques qu'elle abrite ; la capacité de charge psychologique ou perceptive est le seuil de l'activité touristique à partir duquel commence à se produire une dégradation visible de l'expérience récréative.

À propos de la capacité de charge, nous estimons que celle-ci doit être dynamique afin qu'elle puisse s'adapter aux changements et aux évolutions aussi bien de l'environnement que de l'activité touristique proprement dite. En tout cas, il s'agit de trouver une capacité de charge acceptée par divers spécialistes multidisciplinaires entre le tourisme, l'environnement et le reste de conditions.

Les capacités de charge définies comme statiques y qui demeurent fixes sur une période relativement longue deviennent rapidement obsolètes : les écosystèmes évoluent, la sensibilité vis-à-vis de l'environnement évolue, la manière de planifier et d'analyser le tourisme évolue, de même que l'attitude des touristes et des visiteurs.

6 - Monoculture touristique et durabilité environnementale.

Le sujet de la durabilité de l'environnement présente aussi une relation étroite avec la monoculture touristique. Il existe une tendance inévitable dans n'importe quelle communauté locale à substituer progressivement ses activités de production traditionnelle par des activités touristiques, dès que celles-ci dévoilent leur rentabilité qui généralement est très supérieure à celles des activités traditionnelles, notamment agricoles, de la pêche ou forestières. Quand cette substitution se produit, les activités ou les exploitations sont fréquemment abandonnées et celles-ci finissent par se dégrader ou disparaître. Depuis le point de vue culturel, disparaît en même temps les connaissances de comment se réalise l'activité, de manière à ce que les nouvelles générations perdent progressivement ce savoir-faire traditionnel jusqu'à sa disparition totale.

Depuis le point de vue environnemental, l'abandon des exploitations détruit le modèle de territoire, dont l'aménagement peut aussi être considéré comme un élément du patrimoine. Le nettoyage des forêts disparaît, la diversité de cultures et d'espèces animales disparaît et surgissent d'autres problèmes tels les fléaux, l'invasion des terres de culture par d'autres espèces envahissantes, etc. ; de manière à ce que les populations locales face à quelque crise temporaire de l'activité touristique ne puissent plus récupérer leur activité traditionnelle de production ; et le problème environnemental et territorial devient aussi un problème social et économique. Ces circonstances peuvent modifier profondément le paysage.

7 - Le concept de tourisme responsable.

Le concept de tourisme responsable intensifie quelque peu le rôle actif des touristes et des entreprises touristiques dans l'obtention des objectifs de développement durable. À cet égard, il envisage des cadres de planification et surtout des codes de conduite aussi bien à l'égard de l'environnement que de la communauté locale et sa culture. Il ne faut pas confondre le tourisme responsable avec le tourisme solidaire, qui ajoute en outre une participation active du touriste dans des tâches solidaires et de bénévolat environnemental ou social. Dans les deux cas, le schéma de travail implique l'engagement d'investir dans la destination une partie prédéterminée des bénéfices aux actions d'intérêt social, de même qu'à la création de conditions de salaire et de travail dignes et équitables. Le concept de tourisme responsable incorpore le cadre philosophique du tourisme durable.

8 - Durabilité sociale.

La durabilité sociale se réfère à la conservation dans de bonnes conditions des structures sociales dans les communautés locales impliquées dans le développement d'un tourisme durable. Il existe un lien très étroit entre durabilité sociale et durabilité culturelle ; de fait, dans certains cas nous utilisons le terme plus générique de "durabilité socioculturelle". En raison de ce lien il sera très

difficile de modifier, par exemple, l'identité culturelle d'une communauté sans changer pour autant sa structure sociale, et vice-versa. Les phénomènes de transculturation inhérents aux activités touristiques sont déjà très connus et présentent un lien étroit avec les possibilités d'appliquer des modèles de développement touristique durable.

L'unique question que doit formuler un agent chargé de planifier le tourisme est essayé de prévoir et réduire au minimum ces effets depuis le moment même du début de la planification, et faire en sorte qu'il existe aussi, depuis la phase d'opérations des produits à long terme, un système capable d'assurer le respect des structures et des coutumes sociales de la communauté locale. Pour aborder la question de la durabilité sociale il faut obtenir préalablement des informations, la consultation et la participation des communautés, prévoir l'utilisation d'intermédiaires qualifiés en cas de besoin, etc.

L'équilibre démographique entre les résidents et les visiteurs peut projeter les premières informations quantitatives. Cela ne fait aucun doute que lorsqu'il existe un déséquilibre considérable en faveur des visiteurs, comme cela est le cas – au moins de manière saisonnière – d'une grande partie des destinations touristiques les plus bondées, les possibilités d'altération ou de rupture de la structure sociale locale sont plus élevées.

La durabilité sociale fait également appel au partage équitable des bénéfices du tourisme dans la communauté locale, et l'équilibre entre les investissements locaux et les investissements externes qui évitent la colonisation économique liée au tourisme.

9 - Durabilité culturelle.

La durabilité culturelle est une question extrêmement importante dans le cadre du développement du tourisme durable. Il est impossible d'appréhender le développement du tourisme durable des destinations et des communautés locales sans faire preuve du plus grand respect, encourager ses valeurs et son patrimoine culturel. Combiner cela avec le développement touristique, même à petite échelle, n'est pas effectivement une tâche facile.

Depuis notre point de vue, les éléments et les outils d'évaluation, prévention et contrôle des effets sur l'environnement de l'activité touristique sont bien plus performants que lesdits éléments et les outils liés aux aspects culturels et socioculturels. Il n'y a pas une unique cause pouvant expliquer cette situation, cependant cela ne fait aucun doute que dans le cadre du développement touristique durable, et jusqu'à nos jours, la sensibilité sur les questions environnementales est apparue bien avant et de manière plus intense que la sensibilité sur les questions culturelles et socioculturelles, notamment celles relatives au rôle des communautés locales dans le développement touristique, et les effets socioculturels collatéraux du tourisme et de l'écotourisme sur ces communautés.

10 - Durabilité économique-entrepreneuriale.

Bien que le tourisme durable comprend une composante importante de conservation du patrimoine naturel et des communautés locales, il est évident qu'il doit sauvegarder la survie économique de ces communautés et des entrepreneurs et professionnels qui se lancent dans l'activité touristique.

C'est pourquoi la première question à prendre en considération dans la planification est de mettre en œuvre tous les moyens possibles afin que ce soit la population locale ou autochtone celle qui réalisera majoritairement les activités dans la zone concernée. Il s'agit là d'un élément conceptuel de base dans la coopération au développement en tourisme durable.

Cette protection peut s'avérer très difficile selon le cadre juridique et les pratiques commerciales qui existent dans chaque pays ou marché. S'il existe un marché libre, une liberté d'établissement d'entreprises et une libre circulation de capitaux dans le pays, par exemple, il n'y a pas moyen de limiter l'établissement d'entreprises étrangères ou non locales, bien que l'on puisse limiter ses activités si elles ne respectent pas les conditions de durabilité qui ont été déterminées.

En tout cas, il est possible d'établir néanmoins des mesures qui obligent les entreprises touristiques, quelque soit leur lieu d'origine, à embaucher la plus grande partie du personnel local possible en fonction de leur niveau de formation et de qualification. Il convient d'insister ici sur le fait que même s'il existe une bonne prédisposition de la part des entreprises pour embaucher du personnel local, celle-ci peut s'avérer difficile ou même échouer par manque de formation ou de qualification du personnel pour l'activité ciblée, ou par manque de personnel.

La durabilité économique ou économique-entrepreneurial dépend aussi en grande mesure de la formation et de la qualification, que nous avons déjà évoquée en parlant de la durabilité sociale. Sans une formation et une qualification approfondies et extensibles à la population locale il est très difficile, non seulement que ladite population puisse accéder à des emplois qualifiés dans le secteur du tourisme durable ; mais aussi que l'on puisse créer parmi cette population un substrat d'entrepreneurs et de professionnels indépendants dans cette modalité touristique.

À nouveau le rôle des Chambres et des associations de chefs d'entreprise lié à la promotion de l'esprit de l'entrepreneuriat en tourisme durable est essentiel pour atteindre cet objectif.

11 - Effets positifs et négatifs de l'activité touristique.

Beaucoup de choses ont déjà été écrites sur les effets positifs et négatifs de l'activité touristique et il existe déjà actuellement dans les destinations consolidées de la Méditerranée une grande préoccupation générale chez les institutions et chez certains agents sociaux sur la manière d'éviter la dégradation de l'environnement et du paysage, qui dans les décennies antérieures était acceptée comme inhérente à l'activité touristique.

Nous pouvons affirmer que c'est à la fin des années quatre-vingt que s'est généralisée la préoccupation à l'égard des effets sur l'environnement et le paysage, et commence à apparaître des réponses scientifiques et des propositions de planification touristique. L'étude récente, antérieurement citée dans ce document, indique une série de grandes menaces globales sur la Méditerranée, parmi lesquelles se trouvent :

- la dégradation d'habitats
- la perte d'habitats
- l'augmentation des températures
- la surexploitation des ressources de pêche
- la pollution
- les effets issus de la saturation du transport
- les espèces envahissantes

En revanche, l'étude sur les effets sociaux et les effets sur la culture se trouve dans un stade beaucoup moins développé. Sans aucun doute, le tourisme a joué un rôle essentiel dans la modernisation de nombreux pays de la Méditerranée et dans leur récupération économique après la Deuxième Guerre Mondiale. Il a créé par ailleurs une dynamique de progrès culturels spectaculaires. Il n'existe pas de références ou de vastes études sur la perte de diversité culturelle ou d'identité culturelle, ou encore sur la transculturation créée par le tourisme.

Cependant, la monoculture du tourisme a aussi créé des secteurs très dépendants qui n'ont pas suffisamment misé sur d'autres modèles de développement industriel ou technologique, en se concentrant uniquement dans le secteur des services. Même si cela ne peut être perçu comme totalement négatif, il est évident qu'il situe les destinations les plus dépendantes dans une situation de risque élevé, ce qui va à l'encontre des schémas de développement durable économique-entrepreneurial.

Il faut également relever que la dépendance excessive du tourisme provoque une forte saisonnalité des emplois, de même que d'importantes migrations internes. Ces deux phénomènes, outre le modèle géographique concentré de développement touristique, ont contribué au dépeuplement des contrées proches des côtes et les grands noyaux du littoral. Sans aucun doute ce déséquilibre territorial doit être perçu comme un effet négatif.

Il convient aussi d'étudier de manière plus approfondie les effets négatifs provoqués par les différentes activités de loisir et de tourisme liées au littoral, depuis le tourisme nautique et les activités nautiques de tout genre, aux activités de sport et de tourisme actif qui se réalisent dans les milieux côtiers, surtout les activités motorisées plus agressives. La régulation de ce genre d'activités doit être issue de stratégies de durabilité à long terme et de vastes connaissances relatives aux effets sur les écosystèmes. La rentabilité considérable du tourisme nautique dans ses diverses modalités, par exemple, et des stations nautiques n'est pas mise en cause ; mais il est nécessaire d'établir, depuis le point de vue de l'environnement et du paysage, une certaine rigueur dans la localisation des endroits sélectionnés et un contrôle sur les activités qui s'y déroulent.

12 - Tourisme, loisirs et usage public.

Bien que nous débattons une approche touristique, il ne faut pas oublier que l'approche touristique des territoires ne peut être appréhendée de manière isolée sans réaliser en même temps une approche sur les usages pour les loisirs organisés et l'usage résidentiel. Le tourisme de masse est la conséquence entre autres d'une société de loisirs intensifs et de culte aux loisirs organisés comme activité commerciale. Dans les espaces côtiers des grandes zones urbaines, l'usage récréatif des lieux à proximité pour les visiteurs, les résidents et pour les touristes s'entremêle sur les mêmes espaces et les mêmes installations.

Les concepts de loisirs dans la nature, de loisirs culturels et de loisirs dans le milieu rural sont étroitement liés à la demande de produits touristiques selon ce même ordre, et ils partagent les installations d'usage public, les espaces et la législation. De fait, il est fréquent que les gestionnaires des espaces confondent le concept d'usage public avec celui de tourisme ; comme si le fait de disposer d'infrastructures d'usage public est suffisant pour assurer la prestation qualifiée des services touristiques. Ceci est clairement insuffisant dans le cas des modalités de tourisme de nature les plus spécialisées.

Le concept d'usage public est davantage lié à la gestion des aires naturelles protégées et d'autres espaces naturels adaptés pour l'usage des citoyens, mais dans les pays touristiques il est inévitable que ces espaces accumulent d'importantes implications touristiques.

Dans les destinations les plus dégradées la non-viabilité du modèle de développement de tourisme de masse et standardisé est fréquemment liée à une expérience vitale touristique très peu qualifiée et même déplorable; qui est mise au service des classes sociales à plus faible pouvoir d'achat, à plus faibles exigences environnementales et de qualité touristique, bien que ces deux facteurs n'aillent pas toujours de pair.

Le fait qu'il existe une grande pression sociale vers la consommation touristique implique en tout cas pour les destinations la nécessité de créer des grandes infrastructures d'accueil touristique et le défi est de les rendre durables.

Les concepts de tourisme responsable insistent sur le fait que le tourisme bien géré favorise aussi bien la communauté locale que les touristes, et chaque augmentation du bien-être de l'un d'entre eux doit supposer l'augmentation du bien-être de l'autre. Il faut donc espérer que les améliorations des services et des approvisionnements favorisent les deux collectivités, puisqu'en cas contraire nous serions face à une colonisation abusive des ressources. Quand cet équilibre n'est pas évident, il convient de remettre en cause le modèle de planification et de développement touristique utilisés.

Sans aucun doute la recherche de durabilité touristique doit également aborder la complexité des problèmes politiques, puisqu'il existe une grande disparité de systèmes politiques parmi les destinations de la Méditerranée qui renferment à leur tour des façons différentes d'aborder et de canaliser le développement social et économique lié au tourisme.

Bien qu'il s'agisse d'un sujet délicat, celui-ci apparaît nécessairement au sein des politiques de planification et de développement. Le concept de planification participative comprend les consultations nécessaires à la communauté locale pour la prise de n'importe quel type de mesures, bien que nous sommes conscients des grandes difficultés que suppose l'application de ce schéma de manière générale non seulement pour des raisons politiques, mais aussi culturelles et d'organisation sociale.

Il est essentiel aussi d'incorporer à cet aspect social l'approche genre, en promouvant des systèmes de la participation égalitaire et d'accès des femmes locales aux tâches de gestion dans le secteur touristique, parmi d'autres mesures. Cela implique l'adaptation des schémas de développement, formation et assistance technique aux besoins singuliers et aux circonstances des femmes dans chacun des territoires et des cultures de la Méditerranée, ce qui représente déjà en soi un défi de grandes proportions.

L'usage public prétend assurer l'accès des citoyens à la jouissance des biens culturels, de la nature et du paysage, et le défi consiste à compatibiliser cette jouissance des citoyens avec l'usage touristique.

13 - Compatibilité des modèles de développement touristique.

Il est nécessaire d'aborder par ailleurs la compatibilité des différents modèles et modalités de tourisme en Méditerranée et dans son milieu environnant.

Le modèle de tourisme résidentiel (erronément appelé tourisme résidentiel depuis le point de vue des concepts et définitions internationales de tourisme) est un bon exemple pour comprendre de première main les conflits d'usage du territoire, des ressources patrimoniales et de l'image touristique.

De toute manière, le modèle de tourisme résidentiel a été à l'origine de la grande pression urbanisatrice de la Méditerranée los des dernières années. Cette pression inconnue jusqu'alors a débouché sur une voie pour l'instant sans issue possible, avec des douzaines de milliers de logements sans acheteur et des urbanisations

inachevées et sans services à cause de la crise sur les marchés d'acheteurs traditionnels, tel le plus frappant du marché britannique. Les altérations sur le paysage ont été saisissantes à peine sur un peu plus d'une décennie de fièvre de construction ; en outre, un grand nombre de ces urbanisations n'ont pas d'autorisation pertinente pour recevoir des approvisionnements basiques telle que l'eau. Nous aborderons plus tard en détail d'autres contraintes du modèle de tourisme résidentiel.

De plus, il est nécessaire d'entamer le sujet avec sérieux et sans sataniser préalablement et de manière inhérente l'activité touristique, en reconnaissant la grande valeur que celle-ci a jouée dans le développement des sociétés des destinations de la Méditerranée. Cela soit être compris ainsi, indépendamment du fait que dans les années 60 et 70 les concepts d'impacts sur l'environnement et la planification se trouvaient hors du dictionnaire touristique, de même que pour d'autres branches de l'activité humaine. Le temps n'est pas aux lamentations mais plutôt à restaurer, réorganiser, remodeler, doter et récupérer les espaces.

Par ailleurs, les modèles invasifs du territoire qui défigurent la culture locale ferment aussi la porte aux touristes plus intéressés à ladite culture et en quête de certains aspects du paysage et des ressources plus proches à la réalité du pays, indépendamment des effets environnementaux et esthétiques qu'ils causent. La planification comprend la définition de vocations touristiques pour chaque territoire et destination, et tous ne sont pas valables pour toutes les modalités de tourisme ; puisque la tendance à la spécialisation en clusters est l'une des conséquences logiques des dynamiques des décennies passées.

14 - La pression de la demande.

De toute manière il est nécessaire de planifier des systèmes de logistique et de réception visant le tourisme de masse puisque l'énorme pression de visiteurs, touristes résidentiels et touristes en général sur les espaces plus accessibles et emblématiques du littoral méditerranéen et d'autres points proches aux côtes ne peut être dissipé à court ni à moyen terme.

Cette pression est issue du culte aux loisirs organisés et au tourisme comme un droit assumé par les sociétés développées, accompagné par les possibilités croissantes de transport. La mise de nombreuses destinations en développement ou destinations émergentes en processus de dynamisation est de profiter maintenant de l'attrait du littoral pour l'étendre aux zones avoisinantes, de plus en plus éloignées. Ceci est réalisé grâce aux modèles appelés parfois "tourisme complémentaire" qui englobent une grande quantité de modalités : tourisme actif, tourisme rural, tourisme de nature, tourisme culturel intérieur.

Pour que le territoire puisse supporter cette pression il faut chercher de nouveaux modèles de tourisme durables dans les espaces libres et déclarer aussi probablement des espaces complètement libres d'usage touristique.

Il est par ailleurs aussi nécessaire d'élaborer des stratégies de logistique, distribution et de redistribution des flux touristiques de masse et saisonniers. La saisonnalité est un phénomène qui contribue également au caractère non-viable des exploitations touristiques, depuis n'importe quelles perspectives, et c'est un phénomène qui exige de grandes doses d'intelligence appliquées au marketing pour réduire ses effets.

Depuis le moment où le tourisme devient un bien de luxe relatif auquel accèdent progressivement des couches de plus en plus importantes de la société, la pression sur certains territoires plus accessibles ou emblématiques de l'espace méditerranéen devient insupportable.

La manière dans laquelle on peut combiner la durabilité touristique avec le désir de voyager et le droit à la jouissance touristique de grandes masses de population est une question très complexe, puisque le marketing et les tendances sociales vendent le tourisme comme un droit fondamental ; du point de vue politique il est très difficile de limiter ce droit, et encore plus par le biais d'impôts, d'écotaxes et de mesures similaires, comme cela peut être clairement perçu dans le cas de la pression touristique sur les aires naturelles protégées.

15 - La complexité thématique de la durabilité touristique.

Les stratégies de durabilité touristique doivent dès lors aborder une grande quantité de thèmes essentiels qu'il est presque impossible de recueillir de manière exhaustive, vu qu'apparaissent constamment de nouveaux produits et de nouvelles tendances dans l'activité touristique qui incorporent de nouvelles variables à la conception de politiques de durabilité. Nous pouvons citer tels des thèmes basiques :

- l'élimination d'offre obsolète
- élasticité de l'offre
- redistribution des flux touristiques de masse
- transport et mobilité conçus intégralement
- rationalisation géostratégique des *hubs* ou concentrateurs de connexion du transport
- réponses des destinations et de l'industrie touristique face au changement climatique
- campagne de sensibilisation de la population locale
- campagne de sensibilisation des autorités
- campagne de sensibilisation du secteur touristique et des loisirs organisés
- campagne de sensibilisation de collectivités, associations et agents sociaux en général

- formation et qualification en tourisme durable
- unification des concepts et des définitions
- coordination de labels, codes de conduite et bonnes pratiques
- adaptation de l'offre au territoire
- protection active du paysage
- garantie d'approvisionnement en eau et électricité
- encouragement des énergies renouvelables
- recyclage, réduction, réutilisation
- gestion des résidus
- etc.

Évidemment, et comme nous l'avons indiqué au début du document, il est impossible d'aborder en détail chacun de ces sujets cruciaux, de même que d'autres auxquels nous nous référerons ci-après. Cela exigera la définition de priorités et la création de groupes de travail d'experts pour les aborder progressivement et de manière coordonnée.

16 - Le rôle entrepreneurial dans la durabilité touristique.

La pression de la demande et de l'offre sur un territoire très désiré et de moins en moins abondant provoque des divergences inévitables entre les stratégies de durabilité et compétitivité depuis le point de vue spécifique des entreprises touristiques.

Il est évident concernant l'image corporative et l'identité corporative de la durabilité touristique que l'opportunisme de l'image de marque est en train de provoquer que de nombreuses entreprises et établissements s'inscrivent à la mode du tourisme durable, de l'écotourisme, du tourisme responsable et à d'autres modalités pour améliorer leur image de marque et ainsi obtenir des prétextes se basant sur le *green washing* pour communiquer autrement sur le marché. La durabilité permet beaucoup de choses comme stratégie de communication et cela fait très longtemps que les départements de marketing l'ont découvert.

D'autre part, il est également vrai que les entreprises touristiques de la Méditerranée, en majorité des PME, ont besoin d'outils et de systèmes de durabilité accessibles et simples à analyser et à mettre en œuvre ; vu que les systèmes actuels, tel est le cas des systèmes de qualité, sont complexes et coûteux, généralement inabordables pour une PME.

L'existence d'outils de durabilité à mesure et à disposition des petites entreprises est essentielle pour pouvoir appliquer dans le secteur de production du tourisme

les politiques et les stratégies de durabilité, une situation qui demeure actuellement très difficile avec les schémas de travail disponibles.

Si on ne développe pas à court terme des outils de durabilités à la portée des PME, des associations entrepreneuriales et des professionnels indépendants, il existe le risque réel que la durabilité ne devienne qu'une simple opération esthétique pour de nombreuses destinations, une façon de *green washing*, comme cela a déjà été citée, ou pour obtenir un prestige de marque sans que soit abordé les causes profondes du manque de durabilité des modèles de développement actuels.

Le problème le plus grave depuis le point de vue de cette application pratique de la durabilité, c'est que jusqu'à présent aucune intervention n'a été réalisée de manière globale, uniquement par le biais d'interventions très localisées et à titre démonstratif pour certains sites.

C'est vrai qu'il existe par ailleurs une grande quantité de recherche académique et scientifique sur la durabilité, avec de nombreuses études sur les effets, des propositions de correction et des propositions d'indicateurs, entre autres. Cependant, le transfert et la possibilité d'appliquer les résultats de ces travaux au secteur de production sont minimums jusqu'à présent.

La crise actuelle ne fait qu'empirer cette situation, en réduisant sensiblement les fonds disponibles pour réaliser des programmes de recherche, des stratégies de durabilité, des actions sur le territoire, des campagnes de sensibilisation, etc.

En tout cas, il est évident que la complicité à grande échelle du secteur touristique est fondamentale pour atteindre des objectifs permanents de durabilité, dès l'apparition de systèmes à large spectre pouvant être appliqués.

Il est évident aussi qu'une partie de l'industrie touristique est inquiète de la dégradation de certaines destinations en Méditerranée, alors que le modèle de "terres brûlées" ou de quête incessante de nouvelles destinations est habituel chez les grands tour-opérateurs qui travaillent avec un tourisme de masse et plus standardisé.

La hausse des prix des destinations méditerranéennes, accompagnée par la réduction progressive des prix du transport aérien à longue distance, a provoqué que la plus forte concurrence de ces destinations se trouve dans d'autres parties du monde, par exemple, aux Caraïbes. Cela suppose pour les compagnies hôtelières et les tour-opérateurs la diminution de la rentabilité pour certaines destinations de la Méditerranée, qui sont progressivement abandonnées au détriment de nouvelles destinations compétitives, à l'intérieur ou à l'extérieur de la Méditerranée.

Pour l'image corporative des entreprises touristiques et leurs plans de marketing, la durabilité marque également un fait perceptible qui est avantageux dans les campagnes de marketing et il convient de tirer profit de ce besoin depuis un point de vue pratique.

Les Chambres de commerce ont une place également cruciale dans la consolidation du rôle entrepreneurial. La consolidation d'un modèle de développement touristique durable implique le renforcement des petites et moyennes entreprises,

en les dotant de systèmes de gestion efficaces dans tous les domaines de leur activité, pendant que le secteur public se centre sur ses compétences essentielles telles que la planification, la gestion d'infrastructures et services et la promotion extérieure.

L'adoption du développement touristique de la part du secteur public touche le reste des thématiques qui affectent la gestion et l'image des destinations telles que par exemple :

- la sécurité,
- l'information,
- la gestion des ressources,
- l'approvisionnement en eau et énergie
- l'entretien des infrastructures générales.

Sans le soutien municipal et des institutions publiques en général, il est très difficile que le secteur privé puisse assumer dans les destinations sa part de protagonisme dans la promotion d'un tourisme véritablement durable, raison pour laquelle nous devons encore souligner quelques aspects liés à la situation actuelle.

Il ne suffit pas d'avoir des experts environnementaux dans les administrations touristiques, il est aussi nécessaire qu'il existe des experts en tourisme dans le reste des administrations afin de promouvoir un dialogue constructif.

D'autre part, il est évident qu'il existe une grande bourse d'économie informelle liée au secteur touristique, y compris dans les destinations les plus consolidées, qui ne favorise nullement la professionnalisation du secteur ni la durabilité de l'emploi qui est essentiel pour la durabilité entrepreneuriale.

L'économie informelle est généralement associée à l'emploi précaire, à la faible rentabilité et à l'instabilité de l'offre et de la structure de production, ce qui ne favorisent pas à son tour la professionnalisation et les perspectives d'avenir de l'emploi dans le secteur.

À cet effet, il faut tenir compte de la situation actuelle de crise dans les pays développés qui a réduit très fortement la capacité financière des communes, ce qui augmente leur faiblesse. Dans les destinations moins développées, les communes et les autorités locales ne sont pas parvenues à exercer des capacités d'influence réelles sur le développement touristique et encore moins de promotion ou de gestion. Il s'agit donc d'aborder un problème global en Méditerranée.

À la lumière de cette situation complexe, pour pouvoir envisager avec un certain succès un changement de modèles de développement touristique vers la durabilité en Méditerranée, il est nécessaire d'aborder en premier lieu la question territoriale.

17 - La planification du territoire.

Il est évident que tout commence avec la planification du territoire et avec des lois strictes sur le contrôle des usages sur ce territoire, notamment celles qui affectent l'activité touristique de manière directe ou indirecte. Les destinations émergentes et certaines zones des destinations déjà consolidées de la Méditerranée ont encore l'opportunité d'aborder le développement du tourisme à un coût environnemental, territorial et social équilibré, ce qui n'a pas été la règle lors des dernières décennies compte tenu de l'énorme anthropisation du paysage et de la concentration abusive de l'offre.

Les politiques de développement à outrance du tourisme, telle la situation vécue en Espagne pour le tourisme intérieur et rural lors des 25 dernières années, en copiant le modèle des années 60 et 70 non planifié déjà appliqué sur le littoral, ont abordé le développement de ce tourisme avec peu ou même aucune recherche préalable sur les possibilités touristiques de chaque territoire et ses ressources en patrimoine. De fait, une quantité considérable de celles-ci n'ont pas pu voir le jour parce que la création d'infrastructures n'a pas été suivie d'une autre série de tâches nécessaires pour placer la destination sur le marché, avec les effets qui en résultent sur l'impossibilité de pérenniser le développement local.

L'industrie touristique à grande échelle a besoin exactement du contraire, d'une grande concentration d'offre sur un nombre réduit de catégories dans les espaces plus accessibles et mieux communiqués ; puisque le profit se trouve dans la masse et le fonctionnement constant des installations. C'est l'apothéose du "tout compris" qui a permis en réalité la disparition du touriste indépendant dans certaines destinations.

Ce modèle de tourisme qui est un consommateur intensif de paysage, d'énergie et de ressources environnementales s'est installé profondément dans la société actuelle de consommation. C'est la raison pour laquelle, il est nécessaire avant tout de rallier l'industrie et comprendre cette manière de concevoir et de planifier les développements touristiques de masse si l'on souhaite maintenir un dialogue constructif visant un tourisme plus durable. Atteindre la durabilité de la petite offre indépendante à l'échelle humaine et dans les destinations émergentes est relativement facile.

D'autre part, la crise économique actuelle et l'obsession logique de maintien de l'emploi qui existe déjà rend difficile la mise en œuvre d'une réflexion sur le changement de modèle qui fait vivre les opérateurs et les autorités touristiques des destinations, habituées à un modèle touristique plein de conventionnalismes qui se répètent sans cesse dans toutes les campagnes de publicité. Force est de reconnaître aussi que bien que toutes les réflexions et les situations sur la durabilité touristique en Méditerranée nous amènent plus facilement aux milieux côtiers, il convient de considérer aussi que les relations entre les espaces côtiers et les espaces intérieurs sont de plus en plus étroits et inévitables.

En ce qui concerne les sites émergents, qui luttent pour devenir des destinations puissantes et trouver ainsi leur place dans le marché, il est évident que la création d'infrastructures et le puissant marketing touristique actuel sont également

capables de créer des destinations artificielles du néant grâce à d'énormes ressources financières, que ce soit sur la côte ou à l'intérieur ; mais il est nécessaire d'envisager de manière globale le coût environnemental et social de ces interventions ; étant donné que fréquemment les bénéfices sont très locaux à coûts très globaux, tels ceux issus du changement climatique créés par le transport des personnes et les infrastructures de ravitaillement, eau et énergie.

Le modèle de croissance théoriquement interminable que l'on assume jusqu'à présent depuis un demi-siècle, doit être remis en cause depuis les plus hautes instances politiques et scientifiques pour aborder une croissance du tourisme plus planifié, stable et disséminé sur le territoire de la Méditerranée. Cette croissance est étroitement liée au modèle énergétique, au modèle de la gestion de l'eau et au modèle de mobilité et de transport.

Nous pouvons citer, par exemple, le modèle de Benidorm, qui a suscité lors des dernières années la création de toute une série de parcs thématiques et similaires dans les alentours qui essaient de tirer profit de la grande capacité d'hébergement qu'elle possède. N'importe quelle récession dans les flux d'arrivée à Benidorm et ses alentours/macro destination provoque d'énormes pertes de rentabilité immédiate de ces initiatives entrepreneuriales, généralement publiques et impossibles de reconverter ou d'adapter face aux fluctuations du marché.

Ce modèle de concentration d'attrait naturels et artificiels en parallèle à la capacité d'accueil se trouve exactement à l'opposé du nouveau modèle d'équilibre territorial et de distribution des initiatives sur le territoire qui est proposé dans le cadre philosophique du tourisme durable.

Une politique de développement touristique déséquilibrée par rapport au territoire a provoqué en Méditerranée une distribution également déséquilibrée des flux touristiques. Cette distribution territoriale de l'Europe touristiquement développée s'est traduite par de grands axes ou des voies très localisées ; de grandes agglomérations de tourisme urbain et côtier, et quelques points très concentrés et isolés de tourisme rural ; qui laissent à l'intérieur du pays d'énormes "zones d'ombre" où le dépeuplement, l'élimination progressive du transport, et une politique agricole et de pêche et de tourisme rural insuffisante et erratique menacent la propre survie des populations et des cultures locales.

Les zones d'ombre sont progressivement privées de services essentiels tels le transport ou les télécommunications de dernière génération, et elles entrent dans un cercle vicieux qui les conduit à nouveau vers le sous-développement. Certaines de ces zones d'ombre se trouvent curieusement très près des côtes bondées ou des grandes agglomérations urbaines.

La vocation d'usage du territoire doit être clairement définie dans la planification territoriale, en délimitant les espaces d'usage touristique. Une grande quantité de zones actuellement touristiques n'auraient probablement jamais dû l'être, parce qu'elles sont dénudées des conditions liées aux attrait, accès, population active, ravitaillement en eau, etc. Cette situation concerne aussi bien le tourisme côtier qu'intérieur et rural, vu que dans les années 60 et 70 le concept de planification touristique n'était pas utilisé et pour ainsi dire tous les espaces étaient valables

pour le développement touristique, comme cela a été le cas dans les années 90 pour le tourisme intérieur et rural. La réalité a démontré par la suite que cela n'était pas possible et que tous les espaces ne sont pas propices pour le tourisme.

Dans ces zones où les erreurs citées sont visibles il ne reste plus qu'à assumer la situation, remodeler et promouvoir des interventions de restauration et de récupération visant à réduire au minimum ses effets sur le paysage et sur l'environnement, en procédant à la dynamisation des infrastructures et en les transformant, le cas échéant. Un exemple qui illustre bien ce problème est la grande quantité de centres d'interprétation et de visiteurs qui fonctionnent à moitié ou pas du tout, parce qu'après sa création avec des fonds externes la gestion et l'entretien se sont avérés beaucoup trop onéreux pour les entités locales.

La planification territoriale doit être très bien coordonnée avec les politiques de transport, qui exercent une influence essentielle sur la naissance et la consolidation des destinations ou sur leur capacité à se développer. Notamment, l'encouragement du transport collectif terrestre face au transport privé, sur la base de l'utilisation du train et de navettes reliant les principaux parcours, a fourni des solutions très pertinentes dans les Alpes.

La thématique territoriale est encore plus complexe dans les destinations insulaires, où la dépendance extrême du transport les rend plus vulnérables et où elles ont moins de possibilités d'adapter leur offre d'hébergement face aux changements du marché, outre la concentration élevée des effets sur le territoire. C'est pourquoi nous croyons que les destinations insulaires de la Méditerranée doivent recevoir un traitement particulier en raison de leur spécificité.

18 - Le cas spécial des aires naturelles protégées.

Le cas des aires naturelles protégées lié au développement touristique durable de la Méditerranée mérite une attention spéciale.

La déclaration massive d'aires naturelles protégées à partir des années 80 dans certains pays n'a pas été accompagnée en général par des stratégies claires de mise en valeur et d'exploitation touristique et en faveur de l'usage public ordonné desdits territoires. La passion à l'égard des espaces naturels qui a été créée au sein de la demande grâce à l'éducation environnementale, la sensibilisation et le marketing n'a pas été suivie par des politiques d'aménagement des visites capables de les transformer en un moyen de vie durable pour la population locale et pouvant fixer la population dans les territoires.

Nous pouvons observer d'une manière plus ou moins intense cette même situation dans la plupart des pays de la Méditerranée. L'exploitation des aires naturelles protégées pour les loisirs et le tourisme reflète des situations très différentes. Qui va depuis des espaces très riches en patrimoine qui ne produisent pas de bénéfices pour la communauté par absence de promotion et de produits, jusqu'à des espaces complètement bondés et dans lesquels la qualité de l'expérience vitale et touristique est très limitée.

Les ressources financières publiques sont clairement insuffisantes pour la conservation efficace de tous les aires naturelles protégées de la Méditerranée et tous les travaux que cela comporte, c'est pourquoi la rentabilité issue du tourisme ordonné et qualifié dans les espaces mentionnés et la collaboration publique-privée sont absolument nécessaires et pertinentes.

La surveillance du territoire protégé de la part des institutions publiques ou privées est l'une de branches en suspens dans le développement du tourisme durable, et on déplore ne pas avoir plus d'initiatives de surveillance de la part de l'initiative privée ou citadine, comme cela est traditionnel dans les pays anglo-saxons.

Les aires naturelles protégées possèdent une grande valeur de référence pour les destinations de tourisme durable, vu que leur singularité attire non seulement des touristes de nature en général ou spécialisés, mais aussi parce qu'ils deviennent de plus en plus un facteur qui attire n'importe quel type de visiteurs et de touristes.

Pendant les premières décennies du grand développement touristique en Méditerranée, le tourisme conventionnel croissant de soleil et de plage et le tourisme, infiniment plus limité, lié aux espaces naturels et ruraux se tournaient le dos, avec des flux touristiques totalement indépendants et non complémentaires.

Ce n'est que très récemment, depuis le début des années quatre-vingt-dix, quand est apparu progressivement un phénomène de translation des touristes de soleil et de plage aux aires naturelles protégées pour réaliser des visites courtes ou complémentaires. Le pourcentage de touristes qui réalisent ces visites n'a cessé d'augmenter sur le total depuis le début des années quatre-vingt-dix. Le phénomène du tourisme dans les aires naturelles protégées a été pour les destinations de la Méditerranée un phénomène importé depuis le centre de l'Europe, où ces visites possèdent déjà une tradition centenaire, de même que le tourisme de nature en général.

On ne peut nier la valeur éducative de ce phénomène sur la demande touristique et la capacité qu'il offre aux destinations pour équilibrer le territoire et développer des valeurs de défense du patrimoine naturel beaucoup plus compétent que le tourisme conventionnel.

L'image de marque des aires naturelles protégées attire également n'importe quel type de demande, avec des intérêts récréatifs ou avec des intérêts de tourisme spécialisé, outre toute la gamme intermédiaire de motivations ; avec l'avantage qu'elle représente des segments de touristes déjà très bien organisés, identifiés et analysés au niveau international, tel est le cas du tourisme de trekking ou birdwatching. En outre, la marque de territoire des aires naturelles protégées s'étend généralement de nombreux kilomètres à la ronde, en favorisant les produits et les stratégies de développement de sa zone d'influence.

Nous pouvons citer l'exemple du site Web www.parks.it en Italie, où le label des espaces protégés est utilisé pour déployer une commercialisation très avancée de tous les produits liés aux Parcs, avec une politique de marque ou "branding" très distincte et très efficace qui augmente énormément la valeur ajoutée des

produits élaborés dans les Parcs et leur zone d'influence. Tirer des leçons de cas comme celui-ci et du propre concept d'agrotourisme en Italie ou en France, avec ses réussites et quelques échecs, est essentiel pour le reste des destinations de la Méditerranée qui parachève le tourisme côtier avec un tourisme rural très intensif dans les zones d'influence du littoral, en multipliant les bénéfices de la marque du territoire côtier vers l'intérieur.

Nous pouvons parler dans ce cas de marketing territorial qui est un concept qu'il faudra aborder en profondeur dans le paragraphe relatif au marketing du tourisme durable.

19 - Le cadre de la planification touristique.

Une fois que la planification territoriale et environnementale a été fixée, le cadre de planification touristique est l'outil essentiel pour atteindre un développement touristique durable. Cette planification en général a brillé par son absence dans l'espace méditerranéen. Le manque de lien entre la planification touristique et le marketing de destinations, par exemple, est celui qui a été à l'origine du collapsus du développement du tourisme intérieur et rural dans de nombreuses zones. De la même manière, un tourisme très dépendant des grandes infrastructures de transport est aussi très exposé à perdre sa continuité et son équilibre, comme cela s'est manifesté récemment en Europe dans la crise du volcan Eyjafjalla en Islande.

Il demeure évidemment une grande difficulté initiale liée à l'énorme transversalité du tourisme, qui rend difficile sa planification puisque celle-ci dépend de nombreux secteurs administratifs et institutionnels, parfois avec une très faible relation entre ceux-ci et avec des intérêts contradictoires. Nous pouvons citer, par exemple, comment certaines activités de véhicules 4x4 et d'aventure motorisée ne sont plus autorisées en Espagne ou sont très limitées, mais qui s'exercent dans certaines régions au Maroc et en Tunisie avec une grande tolérance, au point où ces destinations sont devenues le paradis du tourisme d'incentive aventure. Le bénéfice que reçoit la population locale de tout cela n'est pas très clair, mais le modèle de colonisation touristique qui en découle est courant.

Les différents modèles de plans de dynamisation, compétitivité et excellence des destinations adoptent différents noms dans les différents pays de la Méditerranée et dans les différents programmes macro de développement mais ils poursuivent tous des objectifs communs : dynamiser les territoires émergents et défavorisés, et doter les destinations consolidées, aussi bien en infrastructure qu'en prestations.

Depuis le point de vue de la durabilité, il est à noter que la plupart des fonds de ces plans ont été consacrés à la création et à l'amélioration des infrastructures et des services, bien souvent non-spécifiquement touristiques mais plutôt d'intérêt général ; avec beaucoup moins de vocation à la dynamisation touristique, proprement dite, et avec très peu de fonds pour les activités essentielles telles la recherche du marché, le marketing et la formation.

Dans la planification touristique, les concepts de capacité d'accueil de l'offre et capacité de charge des écosystèmes sont essentiels comme éléments pour articuler les modèles de développement. Ces deux concepts exigent un traitement en profondeur.

20 - Le cas du "tourisme" résidentiel et les liens avec le tourisme.

L'urbanisation qui collapse les territoires est l'un des problèmes fondamentaux que provoquent l'excès de tourisme résidentiel ou de secondes résidences, puisque le tourisme résidentiel est très convoité par les collectivités locales, du fait qu'il est en principe une source considérable de recettes fiscales pour les communes, très intensif en main d'œuvre, en consommation de matériaux et en embauche de services auxiliaires ; mais après, une fois la population résidentielle installée, elle provoque une forte demande de services et d'approvisionnements qui ne sont pas toujours couverts par les revenus.

D'autre part, depuis le point de vue du marketing et la communication, l'excès de tourisme résidentiel change l'image des destinations et fait fuir les flux touristiques à plus forte qualité et exigence pour ce qui en est de l'authenticité du patrimoine tangible, et plus spécialement celui du patrimoine intangible.

De la même manière que le bâtiment a été le moteur du développement touristique et social-économique dans une grande partie des destinations de la Méditerranée lors des dernières années, celui-ci est un modèle qui a déjà montré depuis le début sa non-viabilité et ses limites immédiates, qui ont déjà été atteintes largement.

Par ailleurs, la conquête du paysage qui a été réalisé sur la base de ce modèle a créé des effets esthétiques irréversibles qui recèlent de quelconque planification à long terme, sans le moindre souci pour la durabilité sociale-économique de ce modèle.

Le modèle de développement touristique intensif doté de vastes zones résidentielles est comparable aux modèles d'agriculture touristique intensive, qui transforme le paysage de manière parfois irréversible et le condamne à un seul usage.

Le changement à réaliser est très complexe et profond, puisque cela implique un énorme changement culturel dans la planification et le marketing touristique depuis la perspective des pays/ destination, en évoluant vers un modèle à plus forte dotation et avec des interventions secondaires sur le territoire. Dans ce domaine les destinations plus développées de la Méditerranée doivent partager leurs expériences avec les destinations moins développées et chercher ensemble des modèles plus compatibles avec la survie du paysage et des cultures locales.

21 - Dépendance de l'activité touristique et modèles de développement.

L'apparition du tourisme comme phénomène de masse a créé des zones et des pays fondés sur une économie de services que n'ont pas misé pendant des décennies sur d'autres formules de développement, se basant sur la technologie ou l'industrie ce qui a créé autour de la Méditerranée, et nous nous référons notamment au cas européen, une espèce de double Europe, une Europe émetteur et une Europe récepteur ; malheureusement, ce même schéma est en train d'être envisagé à moyen terme pour l'ensemble de la Méditerranée.

Cette circonstance situe les pays ou les destinations les plus exclusivement dépendantes du tourisme dans une situation à haut risque, puisqu'ils seront obligés à continuer inexorablement un processus imparable et désordonné de croissance touristique face à l'absence d'autres alternatives de développement socio-économique.

Depuis le point de vue du marketing, la grande notoriété de la Méditerranée comme destination s'allie à des positionnements très différents selon les destinations. Certains lieux ont développé des modèles d'excellence, des destinations presque exclusivement pour un tourisme à fort pouvoir d'achat, comme celui que nous retrouvons en Côte d'Azur ou sur la côte italienne.

On utilise d'autre part des mots tels que "baléarisation" pour se référer à la massification et la vulgarisation d'une destination issue du tourisme à faible revenu, dont nous trouvons de multiples exemples sur les côtes méditerranéennes. Cependant, il existe des partisans de ce modèle de concentration élevée comme formule pour éviter la dispersion du tourisme de masse sur tout le territoire, ce qui nous oblige à réaliser une réflexion immédiate, liée à son tour à la planification du territoire et qui a déjà été entamé pour les aires naturelles protégées : convient-il mieux concentrer les infrastructures, installations, services visiteurs, gestion des déchets, offre de loisirs, etc. en un seul point moins sensible et restreindre l'accès au reste du territoire uniquement pour les activités à faible impact ?

La modélisation d'un schéma de développement touristique intégral capable d'incorporer des corrections progressives face à cette situation ne semble pas une tâche facile, en raison de la grande quantité de capacité d'accueil installée qui oblige les destinations à réaliser un marketing de plus en plus agressif et à travailler à n'importe quel prix pour pouvoir maintenir les structures de production actuelles qui exigent un grand nombre de touristes.

22 - Le cadre juridique de la planification pour le tourisme durable.

En suivant la logique de la planification, le cadre de planification touristique ne saurait être effectif que s'il est accompagné d'un cadre juridique clair sur les possibilités de développement, aussi bien de l'offre ou l'installation physique que des opérations touristiques. Nous connaissons tous de nombreux exemples où la capacité de charge des aires naturelles protégées est dépassée, par exemple, en raison des pressions de l'industrie touristique locale. Celle-ci essaye que ladite

capacité de charge ne soit pas respectée pour éviter la frustration de tous ces touristes venus en masse attirés par l'espace protégé emblématique, quitte à réaliser des visites massives, standardisées, rapides et à forte consommation. L'existence de règles de jeu qui ne sont pas respectées décourage les entreprises touristiques responsables et stimule l'opportunisme et l'anarchie de produits que nous observons habituellement dans le tourisme méditerranéen.

La question de la coordination des cadres juridiques entre différentes zones ou destinations dotées de compétences touristiques complètes est très complexe, et aussi en raison d'une grande transversalité ; mais il est nécessaire d'avancer vers des modèles communs puisque les différents cadres juridiques ou l'absence de ces derniers favorisent uniquement l'anarchie et le manque de transparence des règles de jeu auprès des opérateurs touristiques et aussi auprès des propres touristes.

Pareillement, le cadre juridique des opérations touristiques dans les aires naturelles protégées est accusé fréquemment de manque de rigueur et de coordination entre les espaces d'une même destination, ainsi que de manque de connaissance sur l'activité touristique de la part des gestionnaires des espaces.

Il est évident qu'il serait raisonnable d'espérer que les aires naturelles protégées soient des représentants d'une gestion touristique durable positive pour les autres espaces, et il serait également très positif d'y concentrer certains efforts.

Le cadre juridique est très étroitement lié au cadre administratif et institutionnel. Il est de même nécessaire, à cet effet, que les organismes touristiques et similaires disposent d'experts des différentes branches de l'activité du tourisme et vice-versa, si l'on souhaite appliquer ce type de stratégies ; malheureusement cette situation n'est pas habituelle de nos jours dans les pays de la Méditerranée, où il existe encore une prédominance de techniciens attachés aux vieux modèles d'opération et de promotion, comme cela est visible dans n'importe quelle foire touristique ou quelconque campagne de publicité des destinations conventionnelles.

Les encouragements ou exemptions fiscales qui accompagnent normalement les investissements dans les destinations font aussi partie de ce cadre et des colonisations silencieuses de capitaux extérieurs aux zones de grande valeur stratégique du point de vue touristique se matérialisent grâce à ces derniers, ce qui rend difficile l'application de stratégies de durabilité. Cette situation provoque aussi d'énormes impacts négatifs sur la société locale, qui se retrouve hors du négoce créé sur son territoire ou vouée à des postes de travail à plus faible qualification.

23 - Les contraintes opérationnelles pour le tourisme durable.

Le cadre de planification est celui qui renferme les contraintes opérationnelles ou les règles du jeu initiales pour l'industrie touristique. Nous nous trouvons évidemment face à une industrie très puissante de laquelle dépendent des millions de personnes du bassin méditerranéen. C'est la raison pour laquelle il est impératif

que les règles du jeu pour que les opérations touristiques puissent évoluer résolument vers la durabilité soient claires et tendent à être homologuées et équilibrées parmi les différents pays, comme c'est le cas des directives de tourisme de l'Union européenne, par exemple. Cela fait directement référence aux cadres juridiques mentionnés dans l'intitulé antérieur. Ici aussi, le rôle des Chambres comme divulgateur de connaissances est crucial pour le secteur entrepreneurial touristique.

Évidemment, dans un moment de crise comme celui que nous vivons actuellement, c'est la survie économique celle qui prévaut ; et on a remarqué par conséquent une réduction médiatique considérable du souci à l'égard de la durabilité au sein de l'industrie touristique, de même qu'au sein des initiatives pratiques.

Les contraintes opérationnelles ont des effets directs sur la capacité de programmer des opérateurs :

- logistique,
- capacité d'accueil,
- disponibilité de ressources humaines qualifiées dans le territoire,
- services et approvisionnements,
- capacité de charge,
- capacité de transport,
- intermodalité du transport, ... ;

et celles-ci doivent être abordées dans le cadre de solutions intégrales de planification et non pas de manière indépendante.

Les contraintes opérationnelles limitent par ailleurs les investissements externes et internes, parallèlement aux conditions juridiques et fiscales. La planification touristique doit assurer des conditions opérationnelles stables aux entrepreneurs, qu'ils soient locaux ou externes, où apparaissent clairement les conditions de durabilité que les entreprises doivent remplir.

Ces contraintes opérationnelles doivent faire également l'objet d'une révision pour l'application progressive de la durabilité dans le secteur événementiel qui est une tendance inexorable encore peu développée.

24 - Le cadre économique-entrepreneurial : le lien entre producteurs et destinations.

Le cadre économique/ entrepreneurial est en soi fondamental dans la planification touristique, vu qu'il détermine les typologies des entreprises et les conditions pour que celles-ci puissent exercer leur activité. Il permet aussi l'établissement de limites liées à la taille, catégorie, activités autorisées, standards minimums de

qualité, etc., pour que les entreprises puissent s'installer sur un site en particulier ou sur un territoire.

À cet égard, face aux crises touristiques il est fortement recommandé d'encourager l'esprit de l'entrepreneuriat lié au territoire, avec une base locale et bio-régional pour n'importe quel type de production ; ce qui a pour effet d'alimenter non seulement le tourisme durable mais aussi favoriser une production plus durable en général, qui englobe les exploitations agricoles et de pêche.

Le cadre d'incitation à l'esprit de l'entrepreneuriat, parallèle à la création d'un cadre économique/ entrepreneurial, est aussi l'occasion d'encourager des initiatives de durabilité et de les primer.

La durabilité économique-entrepreneurial se trouve très affaiblie dans les destinations de tourisme intérieur qui ne se trouvent pas consolidés, de même que dans les zones de littoral plus obsolètes et dégradés. La durabilité économique-entrepreneurial dépend très directement de l'établissement de ce cadre et du cadre juridique/ administratif/ institutionnel.

25 - Le cadre associatif.

Le cadre associatif est par ailleurs très important pour encourager et disséminer les bonnes pratiques de tourisme durable. La prolifération d'intérêts privés et diversité d'associations avec des objectifs contradictoires, en plus d'une grande dispersion et régionalisation de la gestion publique du tourisme, ne contribue pas précisément à faciliter la gestion durable du tourisme.

Nous trouvons un exemple de ceci dans la grande quantité de labels touristiques de qualité qui existent par territoires, par catégories, par branches d'activité, publics, privés, etc. Cette grande abondance de labels de qualité touristiques, dans laquelle les aspects de durabilité ont un poids relatif selon les cas, désorientent et confondent la demande touristique qui ignore sa fiabilité.

Le renforcement d'un cadre associatif orienté au tourisme durable est un allié nécessaire pour assurer l'interlocution entre le secteur public et le secteur privé dans la planification et l'application du tourisme durable. Le renforcement du cadre associatif exige la création d'une culture associative dans les destinations émergentes et sa consolidation dans les destinations mûres, en dotant les associations d'outils techniques pour mettre en œuvre des initiatives de durabilité en tourisme et les disséminer. Il est aussi très important de doter les associations de connaissances pour qu'elles puissent réaliser des initiatives de promotion et de commercialisation associées, qui sont de plus en plus nécessaires dans le nouveau cadre du marketing touristique.

Dans ce paragraphe du cadre associatif il faut insister sur le rôle des Chambres et des associations entrepreneuriales en général comme des entités de promotion et de dynamisation de l'activité touristique durable, et pour ce faire elles ont besoin de concentrer les intérêts et regrouper les efforts techniques et financiers.

26 - Les ressources patrimoniales naturelles.

Nous avons déjà cité le cas singulier des aires naturelles protégées, mais il convient de revendiquer aussi comme espaces pour le tourisme durable les espaces naturels plus humbles ou moins reconnus comme symboles touristiques, surtout les espaces ruraux plus démunis de services, plus éloignés des grandes agglomérations urbaines ou des axes de transport qui se concentrent davantage sur les espaces côtiers.

Le modèle de concentration d'infrastructures et de services dans les espaces plus accessibles et emblématiques a mis hors jeu de grands territoires ; en brisant ainsi l'équilibre du territoire, l'articulation du transport et l'exploitation équitable des ressources du patrimoine.

La coordination de modèles de destinations multiples sur toute l'aire méditerranéenne est la manière d'aborder ce problème et revendiquer les espaces plus humbles et isolés, en réduisant la pression d'usages récréatifs et touristiques sur les espaces plus collapsés. L'interprétation du patrimoine, de même que dans le cas des ressources patrimoniales culturelles, est un outil essentiel pour que l'on puisse réaliser la mise en valeur et la dynamisation du patrimoine naturel pour une meilleure conservation et expérience.

27 - Les ressources patrimoniales culturelles.

Il est évident que la Méditerranée comme espace culturel accumule une valeur essentielle pour l'Europe et la construction de l'identité culturelle européenne : Grèce, Rome, Al-Andalus, phéniciens, carthaginois... évoquent des mythes culturels qui possèdent une grande force d'attraction et exercent une influence considérable sur la grande pression touristique que connaissent les destinations méditerranéennes.

La canalisation et planification de cette attraction est le grand défi que doivent analyser les destinations. La banalisation culturelle et le manque de contrôle sur le paysage auxquels nous nous sommes déjà habitués dans les destinations plus anciennes sont également perçus, par exemple, aux endroits les plus populaires de la côte croate, comme Dubrovnik et ses environs.

Nous ne pouvons pas envisager à l'heure actuelle une stratégie de durabilité touristique en Méditerranée qui ne considère pas vraiment ces aspects culturels qui s'entremêlent irrémédiablement avec les facteurs environnementaux. D'une manière étrange, les aspects culturels ont été systématiquement méprisés ou sous-estimés dans la planification du tourisme durable lors des dernières décennies en comparaison avec les considérations environnementales. C'est pour cette raison qu'il existe beaucoup moins de documentation et de recherche sur les critères et les contraintes de durabilité culturelle et de durabilité sociale qui interviennent de manière tangentielle.

À cet effet, il existe actuellement une promotion de routes culturelles qui suscitent un grand intérêt lié d'une manière spécifique à la mer Méditerranée, telle par

exemple la Route des Phéniciens. La récupération de l'identité de la Méditerranée comme espace culturel pour un tourisme de qualité est un outil supplémentaire de durabilité face au tourisme *low cost* et le *fast travel* qui inondent des villes telles que Barcelone. Celle-ci a même créé une nouvelle classe de touristes qui passent la nuit dans la ville sans utiliser un hébergement, en joignant des fêtes nocturnes pour revenir aux premières lueurs du matin à leur lieu d'origine après avoir fait un petit somme à la plage. Évidemment, les autorités touristiques et une partie du secteur concerné se demandent si c'est vraiment ce qui est recherché et en quelle mesure par rapport au reste. Les conséquences environnementales et culturelles de ce modèle de tourisme sont dignes d'être abordés.

Il faut consacrer un paragraphe spécial dans cette étude à l'identification, consolidation et conservation du patrimoine intangible en raison de sa plus forte fragilité et difficulté du point de vue touristique.

28 - La demande touristique et son évolution.

Nous ne pouvons pas aborder l'analyse des stratégies de durabilité touristique en Méditerranée sans tenir compte de la demande et des tendances de la société. Les changements dans les goûts, besoins et tendances qui ont lieu dans toutes les couches de la société et dans tous les aspects de la vie humaine et de la vie productive ont une incidence immédiate sur les façons de faire du tourisme et sur les manières de concevoir les territoires et les destinations.

De manière singulière, la connaissance approfondie des motivations et des variables fonctionnelles de la demande touristique va affecter la promotion et la communication de la destination, relative à l'image de durabilité exigée par la demande plus exigeante.

Il est évident que l'on peut sensibiliser et éduquer la demande touristique de manière à ce qu'elle assume progressivement une plus large conscience environnementale et un plus grand respect à l'égard des territoires visités. Les campagnes et les labels de qualité visant cette finalité sont nombreux, en cherchant aussi par ce biais à orienter les touristes plus responsables dans leur choix. On regrette aussi à ce niveau une coordination aussi bien dans l'espace européen que méditerranéen.

La prolifération de labels et de classifications de qualité touristique et environnementale apporte non seulement de la confusion sur la demande mais aussi sur l'offre elle-même, qui a de la peine à séparer le bon grain de l'ivraie et différencier le sens des actions de *green washing* des actions réelles, outre le coût élevé que cela représente pour les entreprises plus petites qui ont ainsi leur accès au marché global plus limité.

Le profil de la demande a énormément évolué et une partie de celle-ci est très sensible à présent aux messages liés à la durabilité sous tous ces aspects. La décennie des années quatre-vingt-dix a été spécialement intense concernant l'apparition de systèmes de qualité de tout genre, labels et distinctifs de tourisme

durable qui comprennent des codes de conduite et des propositions d'attitude de la demande de tourisme responsable.

Nous pouvons affirmer qu'il existe actuellement, outre la confusion citée du point de vue de la terminologique, une grande quantité de codes, de labels et de systèmes qui associent le tourisme à la durabilité et qui essayent de valider et certifier les initiatives de tourisme durable pour le marché dans le but de lui fournir une orientation. Des études développées au Royaume-Uni montrent comment il y a une partie importante de la demande qui est prête à payer plus les produits qui reflètent une attitude responsable vis-à-vis des destinations visitées, aussi bien depuis le point de vue sociale qu'environnementale.

29 - Mobilité et transport durable.

En abordant à présent la thématique plus large de la mobilité durable et du transport, la durabilité de ce modèle de transport *low cost*, intensif en consommation d'avion pour un minimum de frais et un séjour très court à destination, est en outre très contesté. La croissance de ce type de voyages se basant sur les *short breaks* ou *city breaks* a supposé une saturation générale des espaces aériens européens et méditerranéens. Il existe par ailleurs au niveau mondial une augmentation du nombre de voyages internationaux mais ceux-ci sont de plus en plus courts, avec une prévalence vers la consommation intensive de destinations face aux séjours plus longs et une consommation extensive et sélective.

La mise en faveur de modèles de transport plus durable, afin d'éviter ce type de déplacements courts du tourisme à consommation accélérée d'images fait partie de la culture touristique que nous souhaitons promouvoir. De manière singulière, l'encouragement du tourisme à rayon d'action court, des déplacements en train et en transport collectif possèdent déjà des très bons exemples dans les Alpes.

Il est également nécessaire de réaliser une réflexion pour éviter les produits de tourisme durable avec un transport non-durable, dans lesquels le tourisme *low cost* pourrait être l'équivalent aux produits qui stimulent les longs voyages à des pays en développement pour des courts séjours, y compris parfois au nom de la solidarité ou de la coopération.

Cela ne veut pas dire qu'il faille sataniser "per se" le phénomène *low cost* ; puisqu'il a aussi stimulé une nouvelle dynamisation des vieilles villes et une récupération des valeurs culturelles ; mais il y a un segment non désirable du flux *low cost* qu'il faut révisé sérieusement comme objectif de marché et ne pas tout laisser en mains du marché sans qu'il existe une intervention de planification de la part des destinations.

Il est évident dans ces conditions que les opérateurs *low cost* sont relativement contraires à ce souci et cherchent à ouvrir en permanence de nouvelles routes pour maintenir la machinerie en fonctionnement ; de nouvelles destinations et des aéroports à faible coût. Cela leur permet de lancer sur le marché des nouvelles

destinations, au fur et à mesure que se produit le ralentissement ou la maturité des destinations traditionnelles, et de nouvelles couches de la société de plus en plus vastes accèdent à la possibilité de réaliser ce type de voyages de plus en plus bon marché.

30 - La mer Méditerranée comme ressource et comme destination.

La question de la santé de la mer, proprement dite, fait l'objet de rapports environnementaux des entités spécialisées mettant en garde de manière périodique sur les facteurs suivants :

- l'expansion des croisières,
- le tourisme nautique dans ses différentes modalités,
- le trafic maritime et commercial intense,
- les déchets des concentrations urbaines,
- la surexploitation de la pêche,

entre autres, provoquent l'épuisement des capacités de régénération de la Méditerranée.

Face à ce panorama initial, il est absolument nécessaire d'aborder à court terme un changement partagé de modèle et une reconversion des destinations.

Le changement climatique est aussi une menace pour la durabilité du modèle touristique actuel en Méditerranée, puisque cette aire concentre une grande quantité de vols et de transports maritimes. Nous avons déjà mentionné le cas du tourisme *low cost* ou *fast travel* comme des phénomènes dont raffolent certaines destinations touristiques, mais qui a développé un modèle très peu durable depuis tous les points de vue, y compris l'aspect économique.

Les interventions les plus visibles en faveur du changement et l'évolution du modèle, comme certaines initiatives des îles Baléares qui ont commencé avec le programme ECOTOUR ou la Costa del Sol avec le Plan Qualifica, démontrent qu'il existe un intérêt réel pour initier des changements dans le modèle structurel.

Les symptômes d'épuisement du modèle de développement touristique avaient déjà été largement diffusés bien avant cette crise touristique et d'autres vécues auparavant.

Cela représente un problème très sérieux qui est déjà visible au travers de la dépendance excessive ou la monoculture du tourisme dans de nombreuses destinations de la Méditerranée, surtout sur le littoral.

Les Programmes Leader, au début des années quatre-vingt-dix, soutenus par des sommes d'argent considérables de l'Union européenne, avaient pour objectif l'obtention d'un nouvel équilibre territorial avec le développement du tourisme rural. Cela a affecté notamment les pays moins développés et les zones moins

développées de la Méditerranée. Certaines d'entre elles ont obtenu un décollage économique à peine imaginable il y a une vingtaine d'années. En revanche, les investissements importants réalisés dans d'autres régions n'ont pas eu pour effet le décollage économique en raison de l'absence d'une politique cohérente.

Face à une crise financière et de développement entrepreneurial global comme celle que nous vivons actuellement, les destinations excessivement dépendantes des flux de loisirs et de tourisme sont plus vulnérables.

En ce moment-ci, les destinations émergentes tel le cas de certains pays de l'ancienne Yougoslavie (certaines zones de Croatie, Bosnie et Herzégovine, Slovénie, Monténégro) misent sur le tourisme différemment mais avec un grand espoir sur la prospérité observée dans les destinations traditionnelles françaises ou italiennes de la Méditerranée.

Le cas de l'Espagne est particulièrement intéressant depuis le point de vue de la durabilité puisque malgré que les indicateurs de qualité ont empiré lors des dernières années, que les prix ont augmentés de même que la dégradation du paysage parfois de manière scandaleuse dans certains cas, la destination Espagne a continué à atteindre des taux de croissance touristique très accélérés. Une situation issue en partie du fait que dans d'autres destinations de la Méditerranée les problèmes de qualité de service, de facilité d'accès, d'insécurité citadine et d'insécurité politique pénalisent fortement leur accès aux marchés.

Dans le cas des destinations développées et consolidées comme celles déjà mentionnées, l'excès d'offre dans certains points ou micro-destinations a déjà obligé récemment à entreprendre des actions drastiques ; nous pouvons mentionner comme exemple l'élasticité de l'offre dans les espaces dégradés ou la démolition d'hôtels en première ligne de plage dans les îles Baléares ou sur la côte de la Communauté de Valence, des lieux où l'on apprécie probablement la plus forte dégradation et invasion du paysage traditionnel.

Un processus global de l'application de la durabilité touristique dans l'espace méditerranéen devrait aborder une gigantesque reconversion des destinations dégradées et de l'offre obsolète. Cette dégradation affecte aussi bien le paysage que l'offre touristique, avec le problème supplémentaire qu'à plus forte dégradation de l'offre, moins de compétitivité et moins de rentabilité possède la destination pour essayer de se transformer en un modèle plus durable.

Dans ce contexte, les destinations dégradées en déclin ou mûres ont besoin d'une reconversion qui exigera de grandes quantités de ressources financières.

Lors des dernières années cette reconversion a déjà commencé mais il reste encore beaucoup de choses à réaliser dans ce domaine, même si ladite reconversion est actuellement interrompue à cause du manque de ressources.

Le cycle de la dégradation des destinations est très pervers puisque l'obsolescence des hôtels et la dégradation du paysage dans ces destinations les situe à la queue des destinations plus bon marché, ce qui contribue à qu'elles rentrent dans un cercle vicieux de déclin d'image. Quand la destination et l'offre se trouvent dans

ces circonstances, la mise en faveur de la durabilité et les investissements que cela exige en ressources humaines, techniques et financières est difficilement envisageable et surtout pour les PME. À nouveau le rôle associatif et celui des Chambres se révèlent essentiels face à la sensibilisation et l'application de pratiques de durabilité.

31 - Gestion des connaissances et du transfert.

Toujours est-il que face à la grande disparité de degré de développement des destinations il est nécessaire de disposer d'un système de gestion des connaissances et de transfert des savoir-faire qui n'existe pas actuellement en Méditerranée. Généralement le monde académique et scientifique est très loin du quotidien que vit le secteur touristique. Cela affecte aussi bien les données liées à la planification, les études d'impacts ou les indicateurs de durabilité qu'aux données qui ont un usage plus commercial telles par exemple les études sur les profils de la demande et l'évolution de ses tendances. Les Chambres de commerce de la Méditerranée peuvent jouer un rôle majeur de courroie de transmission de ces connaissances entre le milieu académique et le milieu entrepreneurial, et d'adaptation de celui-ci à la réalité et aux besoins du secteur touristique.

Nous sommes spécialement soucieux de la situation des PME dans les destinations émergentes ; vu qu'en raison de sa petite taille, sa dispersion et son manque de connaissance des marchés émetteurs ils ont beaucoup moins de possibilités de développer des produits durables, sélectifs et qui soient à la fois compétitifs sur le marché.

La gestion du savoir-faire est liée à son tour à la question de la formation et l'acquisition de compétence.

32 - Tourisme et biodiversité.

Il est évident que la biodiversité n'est pas uniquement souhaitable mais aussi rentable pour les destinations qui savent la gérer. L'abondance d'aires naturelles protégées et de valeurs, d'oiseaux, de cétacés et d'autres attractions naturelles n'est pas présente normalement dans les destinations avec des produits touristiques spécialisés liés à ladite biodiversité.

On ne peut pas dire catégoriquement que le tourisme est un facilitateur direct de la biodiversité, mais depuis l'instant où nous mettons en valeur par exemple une lagune côtière au nord du Maroc, et nous la transformons en une destination de touristes ornithologiques, nous finissons avec la plupart des possibilités que l'on puisse mépriser cet endroit pour la conservation et l'imaginer pour d'autres usages ou simplement l'abandonner à son sort sans protection et conservation. Il faut reconnaître aussi qu'il manque des modèles à long terme d'évolution des écosystèmes face à la pression des différentes activités de tourisme de nature.

La richesse en biodiversité bien gérée et mieux communiquée c'est ce qui a transformé en destinations touristiques de premier ordre des pays riches en biodiversité et en espèces emblématiques comme l'Équateur ou le Costa Rica, et l'on peut aussi y extraire autant de cas à succès que d'échecs dont on peut tirer des leçons.

33 - La gestion institutionnelle de la durabilité touristique.

La gestion institutionnelle de la durabilité touristique est une question très complexe et nous avons besoin d'aborder en premier lieu des procédures de renforcement institutionnel des entités de gestion touristique de tout genre, y compris les propres Chambres, les *conventions bureaux*, les offices de tourisme. Le renforcement institutionnel, surtout dans le cas des destinations plus isolées, fragiles et émergentes, est indispensable pour que cette gestion puisse avoir lieu et que les programmes de coopération en tourisme durable disposent d'interlocuteurs valables.

La solidité du financement contribuera aussi à ne plus trouver des entités de ce genre déjà créées mais qui ne fonctionnent pas par manque de ressources ou de moyens financiers. La crise économique et touristique actuelle est en train d'empirer cette situation, dès lors que de nombreuses communes ont été contraintes à réduire ses services dans les destinations développées, des services qui sont encore très faibles dans les destinations en développement.

Depuis notre point de vue un plan global de renforcement institutionnel en gestion du tourisme durable en Méditerranée est nécessaire pour que la coordination entre les stratégies et les actions puisse avoir lieu. Ce n'est qu'à partir de la coordination des politiques, des stratégies et des actions quand nous serons en mesure de parler d'un chemin tracé vers un tourisme plus durable en Méditerranée.

En tout cas, la gestion institutionnelle du tourisme durable ne peut être abordée sans la complicité d'un secteur touristique également renforcé en cette matière.

PLANIFICATION DU TERRITOIRE ET PROTECTION DU PAYSAGE.

ARCHIMED. ARCHIPEL MÉDITERRANÉEN. REGROUPEMENT EUROPÉEN DE COOPÉRATION TERRITORIALE.

Le Programme **ARCHIMED** de l'Initiative Communautaire INTERREG III B-Section de Coopération Internationale est spécialisé sur les interventions visant l'amélioration de l'intégration de la planification spatiale dans le sud-est de la Méditerranée.

Link: <http://www.interreg.gr/default.aspx?lang=en-GB&loc=1&page=315>

Liste de projets approuvés :

Link: <http://www.interreg.gr/default.aspx?lang=en-GB&loc=1&page=456>

STRATÉGIE ANDALOUSE DU PAYSAGE.

Le Plan d'Aménagement du Territoire de l'Andalousie (POTA), approuvé en 2006, structure ses propositions sur le paysage en deux grands axes d'action : l'aménagement des paysages et l'encouragement de la mise en valeur des paysages.

L'Andalousie participe dans le cadre du programme MED de l'Union européenne avec 14 autres partenaires de l'Espagne, Grèce, Italie et Portugal au projet de coopération transnationale **PAYS.MED.URBAN** : "Le paysage comme clé pour la durabilité et la compétitivité des aires urbaines méditerranéennes".

PAYSMED – LE PORTAIL DU PAYSAGE MÉDITERRANÉEN

'Paysmed', le portail pour les paysages méditerranéens, est l'outil qui intègre et publie les connaissances sur les paysages de la Méditerranée.

Link : <http://www.paysmed.net/homepage.php?lg=2>

Catalogue de bonnes pratiques dans l'aménagement du territoire

Link :

http://www.juntadeandalucia.es/viviendayordenaciondelterritorio/www/estaticas/ordenacion_territorio/docs/PAYS.DOC.CatalogodeBuenasPracticas.pdf

Observatoire virtuel du paysage méditerranéen

Link :

http://www.juntadeandalucia.es/viviendayordenaciondelterritorio/www/estaticas/ordenacion_territorio/docs/PAYS.DOC.Observatorio.pdf

Document de synthèse de l'aménagement du territoire en Andalousie :

Link: <http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/pdf.do?tipodoc=coleccion&id=3411&cley=1>

OBSERVATOIRE DU PAYSAGE DE LA CATALOGNE

L'Observatoire du paysage de la Catalogne est une entité de consultation de l'administration catalane et de prise de conscience de la société en général en matière de paysage.

Link : <http://www.catpaisatge.net/esp/index.php>

PRÉVENTION DES EFFETS ENVIRONNEMENTAUX

PNUMA. PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR L'ENVIRONNEMENT

Sa mission consiste à fournir un leadership et promouvoir les efforts d'ensemble pour la sauvegarde de l'environnement, en offrant des informations et des formations aux nations et aux peuples pour améliorer leur vie sans mettre en péril celle des générations futures.

Il adopta l'initiative pour la création du **PAM** (Plan d'Action pour la Méditerranée).

PLAN D'ACTION POUR la MÉDITERRANÉE (PAM) :

Son objectif est la protection et l'amélioration de l'environnement et le développement de la région, se basant sur les principes de la durabilité. Il fut adopté en 1975 par 16 états méditerranéens et l'UE sous les auspices du PNUMA.

Link : <http://www.unepmap.org/>

Pour développer les activités du Plan, **on créa des Centres d'Activité Régionale (CAR)** dotés d'actions spécifiques :

- **Centre d'Activité Régionale pour la Production Propre(CAR/PP)**

Le **Centre d'activité régionale pour la production propre CAR/PP** fait partie du Plan d'action pour la Méditerranée. Son objectif actuel est la promotion de la production et la consommation durable pour le développement durable des pays de la Méditerranée.

Link : <http://www.pap-thecoastcentre.org/index.php?lang=en>

Quelques initiatives

"**Green Shots Award**", Le Centre d'Activité Régionale pour la Production Propre(CAR/PL), lance le Green Shots Award, une nouvelle initiative pour encourager la création et la promotion d'idées innovatrices sur la consommation durable dans la région méditerranéenne.

Link : <http://www.cprac.org/en/greenshotsaward/index.html>

Une autre initiative nous la trouvons dans **ConsumpediaMed**, qui offre une liste de produits qui fournit des informations pour réaliser une consommation plus responsable. Initiative en collaboration avec le Centre de Recherche et d'Informations sur la Consommation (CRIC).

Link : <http://www.cprac.org/consumpediamed/es/turismo>

Initiative GRECO : Il s'agit d'une initiative méditerranéenne, conçue pour stimuler la compétitivité verte dans la région, à travers la démonstration du profit

économique que l'environnement offre aux entreprises. Elle publie le rapport annuel **MedClean**.

Link : <http://www.grecoinitiative.com/home.php>

Alternatives pour un tourisme sensibilisé et durable en Méditerranée.

Link : <http://www.cprac.org/es/search/node/TURISMO>

- **Centre d'Activité Régionale du Programme d'Actions Prioritaires (CAR/PAP)** dont le siège se trouve à Split (**Croatie**). Depuis ce centre d'activité régionale CAR/PAP est mis en œuvre le **ICAM/ICZM** et les programmes **CAMP (Coastal Area Management Program)**

Link : <http://www.pap-thecoastcentre.org/>

- **Au sein du CAR/PAP se trouve l'ICAM (Integrated Coastal Area Management) aussi appelé ICZM (Integrated Zone Coastal Management)** C'est un processus d'obtention de buts et objectifs du développement durable dans les zones côtières.
- **CAMP (Coastal Area Management Program)** sont des programmes au sein du CAR/PAP **orientés à la mise en œuvre de projets concrets d'usage côtier** dans certaines zones de la Méditerranée, avec l'application intégrée du processus ICAM.

Quelques programmes CAMP d'intérêt :

CAMP Liban : Programme de Développement de Tourisme durable.

CAMP Égypte : Programme de gestion de l'aire côtière Fuka-Matrouh-Egypt.

CAMP Algérie : Protection des aires culturelles sensibles.

CAMP Israël : Programme de Gestion pour la Zone Côtière d'Israël.

Link : <http://www.pap-thecoastcentre.org/test.php>

Document d'intérêt ici :

http://www.pap-thecoastcentre.org/itl_public.php?lang=en

Publications d'intérêt :

- Sustainable Coastal Tourism - An integrated planning and management approach.
- Sustainable Tourism Development in Croatian Coastal Area.
- Guide to Good Practice in Tourism Carrying Capacity Assessment.
- Evaluación de la Capacidad de Acogida para el desarrollo del turismo en las regiones costeras del Mediterráneo.
- Guidelines for Carrying Capacity Assessment for Tourism in Mediterranean Coastal Areas.

Disponibles ici :

http://www.pap-thecoastcentre.org/itl_public.php?public_id=352&lang=en

- **Centre d'activité Régionale pour les aires spécialement Protégées) (RAC/SPA) dont le siège se trouve à Tunis (la Tunisie).**

La mission du RAC/SPA est d'offrir une assistance aux pays méditerranéens en application de leurs engagements en vertu du protocole de SPA, notamment en ce qui concerne le développement et la promotion de zones spécialement protégées (ZSP) et réduire la perte de la biodiversité marine et côtière.

Link : <http://medmpa.rac-spa.org/>

Link à une carte avec tous les projets en phase d'exécution :

<http://medmpa.rac-spa.org/en/sites.htm>

- **Centre d'Activité Régionale du Plan Bleu (CAR/PB) dont le siège se trouve à Sophie-Antipolis (France).**

Le Plan Bleu vise à promouvoir le tourisme durable en Méditerranée et diversifier le tourisme, moyennant le développement d'une offre qui représente la diversité méditerranéenne (écotourisme, culture, tourisme urbain et rural).

Link Plan Bleu : http://www.planbleu.org/publications/UPM_EN.pdf

Nouvelles d'intérêt connexes : La " brèche écologique" de la Méditerranée.

<http://www.madrimasd.org/informacionidi/noticias/noticia.asp?id=24421&sec=2&tip o=g>

- **Centre d'activité régionale sur les situations d'urgence de pollution marine en Méditerranée . Malte.**
Link : <http://www.rempec.org/>
- **Centre d'informations et de communication du PNUMA(Info/RAC). Rome (Italie).**
- **La mission d'INFO/RAC** est de soutenir la Convention de Barcelone et ses protocoles, le PAM-Plan d'action de la Méditerranée et la stratégie Méditerranéenne de développement durable dans l'obtention de ses objectifs.

Link : <http://www.medstrategy.org/index.asp>

Initiatives

InfoMed : www.medpolinfosystem.infomap.org

MED Award : www.medaward.org

MED Day – Bluweek : www.medstrategy.org

Campus Ecomedia : www.medstrategy.org

Who´s Who : www.medstrategy.org

- **Programme pour la Protection de Zones Côtières Historiques (100 ZH).**
Marseille (France).

- **Programme coordonné de recherche et de surveillance de la pollution en Méditerranée (MEDPOL) dont le siège se trouve à Athènes (Grèce).**

Le **Programme MEDPOL** offre une assistance aux pays de la Méditerranée sur la formulation et l'application de programmes de monitoring de la pollution, y compris le contrôle de la pollution et la rédaction de plans d'action pour son élimination.

Link : <http://www.unepmap.org/index.php?module=content2&catid=001017003>

FONDATION CONAMA

La Fondation CONAMA –Congrès national de l'Environnemental assure un Groupe de travail permanent sur la Gestion de la Connaissance en Tourisme et Durabilité. Elle assure par ailleurs un Groupe de travail quotidien sur les Événements Durables.

Link : <http://www.conama.org/view/>

Les document définitifs des Groupes de travail peuvent être téléchargés sur :

Link: WWW.CONAMA9.ORG

Link: WWW.CONAMA10.ES

FOND MONDIAL POUR LA NATURE (WWF)

Le Fond mondial pour la Nature est l'organisation de conservation indépendante plus grande au monde. WWF travaille en coopération avec l'industrie touristique dans les zones marines et côtières à forte valeur écologique.

Rapport sur le Tourisme en Méditerranée WWF :

Link : <http://www.monachus-guardian.org/library/medpro02.pdf>

WWF-Italie/Bureau tourisme responsable. En 2001, WWF-Italie a créé un bureau spécifique qui coordonne les activités de la WWF liées au tourisme.

Les opérateurs touristiques sont directement ou formellement reconnus par la

WWF- Italie comme des interlocuteurs selon les principes du Tourisme Responsable et les directrices de Tourisme de la AITR–Association Italie de tourisme responsable.

Link : www.aitr.org

Activités organisées :

Link : [www.wwf.it / vacaciones](http://www.wwf.it/vacaciones)

COMMISSION MÉDITERRANÉENNE DE TOURISME DURABLE (CMDD) :

La CMDD est un organisme de consultation et de dialogue, dont l'objectif est de présenter des propositions aux Parties Contractantes et au Secrétariat du PAM visant la promotion du développement durable et définir une stratégie régionale de développement durable conformément aux principes de l'Agenda 21.

MED FORUM : Réseau d'ONG de la Méditerranée (Barcelone).

Le Réseau d'ONG *MED Forum pour l'environnement et le développement durable*, est une organisation qui réunit actuellement un total de 66 ONG de 19 pays des deux rives de la Méditerranée. **Son objectif est** de promouvoir la défense et la protection de l'environnement dans un cadre de développement durable de la région méditerranéenne.

Projets :

- **La Méditerranée : vers un développement durable (Tunisie 1996/97).**
- **Tourisme durable en Méditerranée (MED Projet-Ulisse21)**
Link : <http://www.didal.com/clients/medforum/ulixes21/>
- **Coopérative agricole intégrée en Algérie (Algérie 1998/99).**
- **Vie pour les oasis d'Algérie Touat** (Adrar - Algérie) .
- **Éducation environnementale en Méditerranée : Commission thématique MED Educa.**
- **Projet Telemakos.** Éducation écoculturelle.
- **MED Info :** Service d'informations pour les ONG de la Méditerranée pour l'environnement et le développement durable.
- **Eau pour la Paix** (Cisjordanie 1999). Campagne de sensibilisation des citoyens et formation pour un usage durable de l'eau en Palestine.

- **Réhabilitation de la lagune de la ville de Sousse (Tunisie).**
- **Projet régional SMAP.**
- **Le projet TELEMAC**, centre virtuel d'enseignement écoculturel et bateau-école pour les jeunes de la Méditerranée.

Link : <http://www.medforum.org>

FONDATION ECOMEDITERRÀNIA

EcoMediterrània est une entité à but non lucratif, qui a parmi ses objectifs basiques la promotion et le développement d'activités qui contribuent à la protection de l'environnement et la conservation des ressources naturelles.

Link : <http://www.ecomed.org/>

ECODIT

C'est une organisation consacrée à travailler avec les gouvernements, les entreprises et les communautés locales pour promouvoir la protection de l'environnement et le développement durable dans le monde entier.

Projets :

- National strategy for environmental protection and sustainable development in **Morocco**.
- Environmental monographs for the North-western and Northern Central regions of **Morocco**
- Regional Environmental Assessment report on the coastal zone of **Lebanon**
- Environmental urban strategy for the Middle East and North Africa
- Environmental audits and strategies for the cities of **Gaza (Palestine) and Haifa (Israel)**
- Study of a tourist resort on **France's south-western coast**

Link : <http://www.ecodit.com/ecodit.htm>

GREENPEACE

C'est une organisation indépendante qui réalise des campagnes globales et intervient pour conserver et protéger l'environnement.

Link : <http://www.greenpeace.org/espana/el-mediterraneo/>

Documents d'intérêt :

- **Rapport de Greenpeace sur la situation du littoral espagnol "Destruction à tout prix"**
- <http://www.greenpeace.org/raw/content/espana/reports/100709-04.pdf>
- **10 ans de construction en Andalousie**
- <http://www.greenpeace.org/raw/content/espana/reports/100713-14.pdf>

ECOTUR

C'est un programme qui surgit au sein de l'Objectif des îles Baléares de se distinguer comme une destination en raison de sa qualité singulière en gestion environnementale. Le programme est global et il touche tout le secteur touristique et l'environnement face aux nouveaux défis de l'avenir. Parallèlement, il répond au besoin générique d'adapter les activités de tous les secteurs concernés par l'environnement. Il cherche à transformer la question environnementale en un point de référence.

Link : http://www.ecotur.es/ecoturismo-agroturismo-en-espana/ecoturismo/agroturismo/inicio/ecotur:-guia-de-ecoturismo-y-agroturismo_6_1_ap_basica.html

ALLIANCE RAIN FOREST

La Rainforest Alliance travaille pour aider les chefs d'entreprise du secteur du tourisme à la conservation de l'environnement qui contribue à la subsistance locale, tandis qu'il améliore en même temps sa propre ligne de fond.

Link : <http://www.rainforest-alliance.org/tourism.cfm?id=main>

ECOPEACE FRIENDS OF THE EARTH MIDDLE EAST

Amis de la Terre du Proche-Orient (Amis de la Terre) est une organisation unique qui réunit des jordaniens, palestiniens, israéliens et les écologistes. Son principal objectif est la promotion des efforts de coopération pour protéger ce patrimoine environnemental partagé. De cette façon, ils cherchent à avancer aussi bien en termes de développement régional durable que dans la création de conditions nécessaires pour l'obtention d'une paix durable dans la région. Amis de la Terre possède des bureaux à Amman, Bethléem et Tel-Aviv. Amis de la Terre est un membre d'Amis de la Terre Internationale, la plus grande organisation de base environnementale au monde.

Link : www.foeme.org

L'OBSERVATOIRE DE DURABILITÉ DE L'ESPAGNE

L'Observatoire de la durabilité en Espagne (OSE) commence son activité au début 2005 à l'issue d'une convention signée par le ministère de l'Environnement, la Fondation Générale de l'Université d'Alcala et la Fondation Biodiversité.

Link : <http://sostenibilidad-es.com/Observatorio+Sostenibilidad/esp/acercade/>

CENTRE POUR LA DURABILITÉ TERRITORIALE

Le Centre pour la Durabilité Territoriale (CST) est une association qui promeut une "nouvelle culture du territoire" dans les contrées de Gérone, pour l'instant, qui est issu du souci autour des limites, vulnérabilités et transformations du territoire et d'un intense débat sur la façon de le gérer. Il faut signaler que l'un des principaux facteurs de transformation de Gérone c'est le tourisme, aussi bien intérieur (spécialement la zone des Pyrénées) que de plage (Costa Brava).

Link : <http://www.centresostenibilitat.cat/>

ASCAME

L'Association de Chambres de Commerce de la Méditerranée et Industrie assure le soutien et la consultation aux membres de la Chambre de commerce, encourage les contacts entre elles et promeut ses initiatives respectives, avec des programmes d'échange de personnel parmi les membres des Chambres de commerce, programmes de formation, forums, conventions et foires.

Link : <http://www.ascame.org/representation>

OBSERVATOIRE DE RESSOURCES HUMAINES DU SECTEUR TOURISTIQUE DE L'ANDALOUSIE.

L'objectif de l'Observatoire est de fournir des réponses aux questions en provenance du secteur touristique en matière d'emploi et de formation en utilisant à cet effet un outil capable d'analyser et d'identifier l'offre et la demande d'emploi dans le secteur touristique andalou, de même que la situation et les besoins de formation du secteur mentionné, en disposant à son tour, des informations fiables et nécessaires à fin d'avancer des actions et des stratégies spécifiques dans les domaines liés aux ressources humaines.

Link : www.observatoriorrhhturismo.org

Desti-nations : Forum mondial du tourisme pour la paix et le développement durable.

Link : <http://www.desti-nations.net/>

ESPACES NATURELS PROTÉGÉS

EUROPARC-ESPAGNE

EUROPARC-Espagne est une organisation dans laquelle participent les institutions impliquées dans la planification et la gestion des espaces protégés en Espagne. À

EUROPARC-Espagne se trouvent plus de 1 800 aires protégées qui représentent plus de 6 millions d'hectares. C'est le principal forum professionnel où sont débattues et élaborées les propositions pour l'amélioration des espaces mentionnés.

Link : <http://www.redeuroparc.org>

Article connexe : <http://www.uimp.es/blogs/prensa/2010/08/17/el-presidente-de-europarc-espana-asegura-que-el-mediterraneo-es-%E2%80%9Cun-mar-maltratado-por-la-ocupacion-urbanistica%E2%80%9D-no-solo-por-los-vertidos/>

LE PORTAIL DES PARCS ITALIENS

Link : <http://www.parks.it/>

RÉSEAU EUROPÉEN DE GÉOPARCS

Fondé en l'an 2000, le réseau européen de Géoparcs (EGN) a pour finalité la protection de la géodiversité, la promotion du patrimoine géologique auprès du public en général, de même que soutenir le développement économique durable des territoires géoparcs, notamment à travers le développement du tourisme géologique. Le réseau a réuni les territoires de toute l'Europe qui partagent ces objectifs et qui travaillent dès à présent ensemble d'une manière active et dynamique pour les atteindre.

Link : <http://www.europeangeoparks.org/isite/home/1%2C1%2C0.asp>

RÉSEAU DES ESPACES NATURELS DE L'ANDALOUSIE (RENPA)

Le réseau des espaces naturels protégés de l'Andalousie (RENPA) est *"constitué comme un système intégré et unitaire de tous les espaces naturels localisés sur le territoire de la Communauté autonome de l'Andalousie qui jouit d'un régime spécial de protection en vertu de la réglementation autonome, étatique et communautaire ou conventions et réglementations internationales"*. En outre, celui-ci peut viser, totalement ou partiellement, d'autres réseaux similaires d'un niveau territorial supérieur, qu'ils soient nationaux ou internationaux.

Link :

<http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/site/web/menuitem.486fc6e1933804f2c562ce105510e1ca/?vgnnextoid=c349185968f04010VgnVCM1000001625e50aR CRD#d69eb13229b62110VgnVCM1000000624e50aTAXC>

Documents connexes :**Guide touristique des aires naturelles protégées de l'Andalousie**

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones/13687.pdf>

12 Espaces naturels protégés en Andalousie

http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/web/Bloques_Tematicos/Publicaciones_Divulgacion_Y_Noticias/Publicaciones_Periodicas/IMA/2003/ima_2003_pdfs/IMA03_B_IIC12.pdf

Gestion du réseau des espaces naturels protégés en Andalousie

<http://www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/me0407.pdf>

La réserve de la biosphère intercontinentale de la Méditerranée Andalousie (Espagne) - le Maroc comme instrument de coopération

http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/7588/1/ECO_17%282%29_04.pdf

La gestion des espaces protégés en France

<http://www.aranzadi-zientziak.org/fileadmin/docs/Munibe/1992027035CN.pdf>

Le tourisme dans les espaces naturels protégés

http://www.tdr.cesca.es/TESIS_UdG/AVAILABLE/TDX-0223107-114535//tsm.pdf

INVESTISSEMENT EN MÉDITERRANÉE

EUROPEAN INVESTMENT BANK

La Banque européenne d'investissement fut créée par le biais du Traité de Rome en 1958 en tant qu'institution de financement à long terme de l'Union européenne. La mission de la Banque est de contribuer à l'intégration, le développement équilibré et la cohésion économique et sociale des États membres de l'UE.

FEMIP

Le Fond Euro-Méditerranée d'Investissement et d'Association (FEMIP) réunit toute la gamme des services offerts par la Banque européenne d'investissement dans les pays partenaires méditerranéens.

Les activités se centrent sur deux axes prioritaires : développement du secteur privé et la création d'un environnement favorable à l'investissement.

Link : <http://www.eib.org/index.htm>

Projets FEMIP liés au tourisme :

Analysis of Tourism Strategies and Policies in the FEMIP Countries and Proposals for Sub-regional Tourism Development

Link

http://www.eib.org/attachments/med/tourism_strategies_policies_2007_en.pdf

FEMIP Tourism for the Mediterranean Promoting Tourism Development. Feuille résumée

http://www.eib.org/attachments/country/tourism_en.pdf

ANIMA

ANIMA **Investment Network** est une plate-forme de développement économique de la Méditerranée. Le réseau réunit environ une quarantaine d'agences gouvernementales de différents pays et des réseaux internationaux du bassin méditerranéen.

L'objectif d'ANIMA est de contribuer à une amélioration permanente des conditions pour les affaires et la croissance de l'investissement dans la région méditerranéenne dès la Conférence Euromed de Valence de l'an 2002.

Link : www.animaweb.org

ANIMA dirige le consortium qui met en œuvre le Programme **européen Invest in Med**.

Link : **Document d'initiatives du programme Invest Med**

http://www.animaweb.org/uploads/bases/document/Inv_BTP_Ecoconstruction_EN.pdf

ETINET, Euromediterranean Tourist Investment Network

Projet européen de la Ligne Invest in Med, **piloté par la Chambre de Malaga** qui regroupe les Chambres de commerce de **Tanger, Tunis et Marseille** comme partenaires à ce projet.

Link :

http://meditour.camaramalaga.com/index.php?option=com_content&view=article&id=64&Itemid=68&lang=es

COOPÉRATION AU DÉVELOPPEMENT

PROGRAMME AZAHAR (AECID)

Le Programme Azahar représente un effort de coordination de tous les acteurs

publics et privés de la coopération espagnole au développement en matière de développement durable, protection de l'environnement et conservation des ressources naturelles en **Méditerranée**. Il comprend le développement du tourisme durable.

Link :

http://www.aecid.es/web/es/cooperacion/prog_cooperacion/Azahar/presentacion/

Link d'intérêt :

Tourisme durable au sein du projet Azahar

http://www.aecid.es/web/es/cooperacion/prog_cooperacion/Azahar/amb_act/5turismo/

Principaux défis de la Méditerranée

http://www.aecid.es/web/es/cooperacion/prog_cooperacion/Azahar/presentacion/2retos/

Certains projets du programme Azahar

- Soutien au développement économique de la ville de Mostar à travers l'amélioration du secteur touristique en Bosnie-Herzégovine
- Coopération à la réalisation d'un plan de gestion intégrée des zones côtières sur la tranche de côte qui se trouve entre Matrouh et Sallam, Égypte. Phase II.
- Élaboration d'une stratégie de tourisme durable et de dynamisation de l'économie de Figuig (Maroc) comme stratégie de développement local.
- L'AECI mise sur le tourisme durable comme voie pour le développement dans les pays de la zone méditerranéenne, l'Asie, l'Afrique subsaharienne et l'Amérique latine :

Link :

http://www.aecid.es/web/es/noticias/2008/2008_02_01_La_AECID_apuesta_po.1058.html

Link de description d'autres projets :

http://www.aecid.es/web/es/cooperacion/prog_cooperacion/Azahar/Proyectos/

L'AECI mise sur le tourisme durable comme voie pour le développement dans les pays de la zone méditerranéenne, l'Asie, l'Afrique subsaharienne et l'Amérique latine

http://www.aecid.es/export/sites/default/web/galerias/sala_prensa/dossieres/descargas/AECID_TURISMO_Y_DESARROLLO_ENE_08.pdf

IDEAS

IDEAS (Initiatives d'Économie Alternative et Solidaire), est une Organisation de commerce équitable dont la mission est de transformer le milieu environnant économique et social pour construire un monde plus équitable et durable, en développant des initiatives de commerce équitable, économie solidaire et consommation responsable.

Projet :

FRAME (Commerce Équitable et Tourisme Responsable en Méditerranée)

UICN- MED Centre de coopération de la Méditerranée.

L'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN) fut créée en 1948 et regroupe 82 États, 111 agences gouvernementales, 836 ONG, 34 affiliées et plus de 10 000 scientifiques et experts provenant de 141 pays. C'est le principal référent mondial sur l'environnement et elle se caractérise par la recherche de formules pour mettre en œuvre de manière efficace le développement durable.

L'objectif du Centre de coopération de la Méditerranée : Influencer, encourager et aider les sociétés de la Méditerranée à l'obtention aussi bien de la conservation que l'usage durable des ressources naturelles, de même que le développement durable.

Documents d'intérêt :

Biodiversity: My hotel in action. A guide to sustainable use of biological resources.

Link : www.traffic.org/non-traffic/IUCN-hotel-guide.pdf

Holcim Awards Gold prize for sustainable construction to Fez in Morocco

Link : <http://www.iucn.org/about/union/secretariat/offices/iucnmed/?3597/Holcim-Awards-Gold-prize-for-sustainable-construction-to-Fez-in-Morocco>

D'autres Projets

- Natural Products from Land of Cedar. Al Shoup Cedar Society (**Lebanon**)
- Wild Jordan : In the Nature Business Royal Society for the Conservation of Nature (**Jordan**).
- Biyotematur : Specialists in Nature Tours (TEMA Foundation **Turkey**)
- Promoting Ecotourism in **Lebanon**

Link : http://cmsdata.iucn.org/downloads/newspaper_web_en_final.pdf

CASA ÁFRICA (MAISON AFRIQUE)

Casa África est un instrument de la diplomatie publique au service de l'action extérieure de l'État. Constituée comme Consortium public le 26 juin 2006 dans le cadre du *Plan Afrique* du Gouvernement de l'Espagne, elle est intégrée par le ministère des Affaires Étrangères et de Coopération, le Gouvernement des îles des Canaries, l'Agence Espagnole de Coopération Internationale pour le Développement, les Conseils Insulaires de Fuerteventura, Gran Canaria, Lanzarote et Tenerife et la mairie de Las Palmas de Gran Canaria.

Link : <http://www.casaffrica.es/index.jsp>

Casa Mediterráneo (Maison Méditerranée)

Casa Mediterráneo est un consortium public promu par le ministère des Affaires Étrangères et de Coopération et l'Agence Espagnole de Coopération Internationale pour le Développement, avec la collaboration du gouvernement autonome de Valence et les mairies d'Alicante, Benidorm et Xàbia.

Elle possède un département de l'Environnement et du Tourisme durable

<http://casa-mediterraneo.es/areas/turismo-sostenible-y-medio-ambiente/>

PROMOTION ET CONSERVATION DU PATRIMOINE

UNESCO

L'Unesco travaille pour créer les conditions propices pour un dialogue entre les civilisations, les cultures et les peuples se basant sur le respect des valeurs communes. C'est à travers ce dialogue que le monde pourra forger des conceptions d'un développement durable qui suppose le respect des droits de l'homme, le respect mutuel et la réduction de la pauvreté, objectifs qui se trouvent au cœur même de la mission et des activités de l'Unesco.

Link : <http://www.unesco.org/new/es/unesco/>

Projets :

Projet le Sahara des cultures et les peuples. Sahara, les Ksour, villes traditionnelles fortifiées.

C'est un projet de l'Unesco pour réhabiliter les Ksour et construire des auberges touristiques.

- Le Sahara des cultures et les peuples de la vallée du Drâa

Link : http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=25718&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

- Les auditeurs d'Imzad

Link : <http://www.croqnature.com/inzadformation.htm>

EUROMED HERITAGE

Le programme Euromed Heritage, financé par l'UE, soutient les pays

méditerranéens dans la promotion et la conservation de leur patrimoine.

Link : www.euromedheritage.net

Projets liés au Tourisme Culturel :

- **Athens:** Ancient theatres enhancement for new actualities

Link : http://www.euromedheritage.net/euroshared/doc/ATHENA_EN.pdf

- **Foundations for a strong future**

Youth in Lebanon and Jordan promote cultural heritage

Link : http://www.euromedheritage.net/euroshared/doc/FOUNDATIONS_EN.pdf

- **Mare Nostrum**

A heritage trail along the Phoenician maritime routes and historic port-cities of the Mediterranean Sea.

Link :

http://www.euromedheritage.net/euroshared/doc/MARE%20NOSTRUM_EN.pdf

- **Siwa & Tangier**

Cultural heritage for a better life

- **Link :** http://www.euromedheritage.net/euroshared/doc/SIWA-TANGIER_EN.pdf

- **Link Project de Siwa :**

<http://eqi.com.eg/index.php?activemenu=Project%20Showcase&screenid=11>

- **REMEE**

Rediscovering together the water heritage in the Mediterranean region

Link : http://www.euromedheritage.net/euroshared/doc/REMEE_EN.pdf

- **Mutual Heritage**

Rediscovering together the water heritage in the Mediterranean region

Link :

http://www.euromedheritage.net/euroshared/doc/MUTUAL%20HERITAGE_EN.pdf

FORUM CIVIL EUROMED

Le Forum Civil Euromed est une rencontre annuelle de la société civile euroméditerranéenne qui vise à exercer une influence dans le processus de Barcelone à travers les apports de la société civile.

L'IEMED est aussi membre de la plate-forme étatique pour le Forum Civil Euromed, qui est chargé de définir la stratégie et la position qu'adoptera l'Espagne dans ces rencontres.

Link : <http://www.euromedi.org>

FUNDATION EUROMÉDITERRANÉENNE ANNA LINDH POUR LE DIALOGUE ENTRE LES CULTURES

La Fondation euroméditerranéenne Anna Lindh vise à encourager depuis 2005 le dialogue culturel et promouvoir les échanges, la coopération et la mobilité, notamment parmi les jeunes, de même qu'organiser des activités dans le cadre du Processus de Barcelone.

Document d'intérêt, Culturel, Communauté et la Fondation euroméditerranéenne :

<http://www.iemed.org/anuari/2004/esparticles/egillespie.pdf>

EUROPE DIVERSE

Le réseau Europe Diverse est une organisation virtuelle de personnes et d'institutions chargée de comprendre, débattre et travailler conjointement sur la situation de la diversité culturelle dans le cadre de la nouvelle Europe.

Link : <http://www.europadiversa.org/>

INITIATIVES DE TOURISME RESPONSABLE

FORUM DE TOURISME RESPONSABLE DE LA MÉDITERRANÉE (MEDITOUR)

Link : <http://meditour.camaramalaga.com/>

CONEIXMON.ORG. Le site Web RADIO DE TOURISME RESPONSABLE

Initiative de "COMSOC - Comunicació Social" est une entité plurielle consacrée à la construction, diffusion et soutien des réalités et initiatives populaires, en mettant particulièrement l'accent sur le monde de la communication. Ils ont créé Ràdio L'Hospitalet en 2006, le premier programme de radio consacré exclusivement au tourisme équitable. En 2008 ils ont lancé 'Le site Web radio du tourisme responsable' où l'on peut trouver les programmes, les albums de photos, l'agenda d'événements, des nouvelles et une liste répertoriée très utile des entités du secteur.

Link : <http://www.coneixmon.org/es/>

PRO-POOR TOURISM

Le PPT est une initiative du International Centre for Responsible Tourism (ICRT), l'International Institute for Environment and Development (IIED) et l'Overseas Development Institute (ODI). Le PPT mise sur un tourisme capable d'augmenter la quantité de revenus des secteurs sociaux les plus défavorisés du Sud. Il a généré une grande quantité de documentation et de recherche, accessible sur son site Web.

Link : <http://www.propoortourism.org.uk/>

EARTH

EARTH "European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality", est le premier réseau européen de tourisme responsable. Il fut créé de manière officielle le 16 octobre 2008 et son siège se trouve à Bruxelles.

EARTH promeut le tourisme responsable dans tous les pays européens et coordonne les activités des membres du réseau, lesquels ont acquis l'engagement de contribuer à l'éducation vers une nouvelle manière de voyager.

Link : <http://www.earth-net.eu/>

SOCIÉTÉ INTERNATIONALE D'ÉCOTOURISME

Elle promeut l'écotourisme, qui se définit comme un "voyage responsable aux aires naturelles que conserve l'environnement et améliore le bien-être de la population locale", moyennant :

la création d'un réseau international de personnes, institutions et l'industrie du tourisme ; l'éducation des touristes et des professionnels du tourisme, et chercher à influencer l'industrie du tourisme , les institutions publiques et les bailleurs de fonds pour intégrer les principes de l'écotourisme dans leurs opérations et leurs politiques.

Link : www.ecotourism.org

NECSTouR :

C'est un réseau ouvert des régions européennes, dont l'objectif est de développer et de renforcer un cadre cohérent pour la coordination des programmes de développement régional et la recherche sur le tourisme durable et compétitif.

Link : http://destinet.ew.eea.europa.eu/search_html?query%3Auf8%3Astring=mediterranean

BITS, BUREAU INTERNATIONAL DE TOURISME SOCIAL

Il a pour but de "**favoriser le développement du tourisme social** à l'échelle internationale. Sa mission se centre par ailleurs dans la promotion d'un tourisme solidaire et durable capable d'offrir des bénéfices aux populations locales et respecte les patrimoines naturels et culturels.

Link : http://www.gencat.cat/diue/doc/doc_58195488_2.pdf

Le Maroc

JARIT ASSOCIATION CIVILE

Jarit, depuis sa mise en fonctionnement développe des projets de sensibilisation qui favorise l'interculturalité. L'association Jarit travaille depuis plus de 10 ans **dans l'organisation de voyages de tourisme responsable** et de camps de bénévolat international dans les pays où se trouvent leurs contreparts locaux.

Link : <http://www.jarit.org/app/index.php/es/que-hace-jarit/turismo-responsable-campos-de-trabajo-presentacion.html>

Projet :

Campagne de sensibilisation dans la commune de Taouz

Link : <http://www.jarit.org/app/index.php/es/que-hace-jarit/desarrollo-comunitario-presentacion/55-formacion-y-desarrollo-de-estrategias-de-turismo-y-sostenibilidad-en-la-comuna-de-taouz-marruecos.html>

FONDATION ZAKOURA (Maroc)

La Fondation Zakoura est une ONG du Maroc créée en 1997 qui a pour finalité principale la promotion du développement humain moyennant l'éducation des enfants, l'alphabétisation et la sensibilisation des adultes et l'initiation professionnelle de la jeunesse.

Projet complet Fondation ZAKOURA MICRO-CREDIT

Link : http://www.wtmwrtd.com/files/zakoura_foundation_for_micro_credit_morocco.pdf

DYNAMIC TOURS

C'est un tour-opérateur spécialisé sur le monde arabe et le Proche-Orient. Ses principales destinations sont Égypte, Syrie, Jordanie et Israël.

Link : <http://www.dynamic-tours.com/dynamic.php?contenido=dynamic-tours>

Bonnes Pratiques de Dynamic Tours Directrices de tourisme responsable pour les guides touristiques.

Link : http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/case_studies/dynamic_im.pdf

AZIR

Azir est un collectif écologiste à caractère régional (le Rif, Maroc) à but non lucratif et indépendant. Créé en 1996 avec la finalité d'intervenir positivement sur la promotion du développement durable et la défense de l'environnement. Une de ses lignes d'action est la dénonciation des effets du développement touristique au nord du Maroc.

Link : <http://www.azirweb.org/>

HUMANS ET ENVIRONNEMENT

Organisation écologiste marocaine qui défend l'écosystème de la côte méditerranéenne et dénonce les pratiques qui l'affectent de manière négative. La côte méditerranéenne est la principale zone où convergent les programmes de développement touristique que le gouvernement du Maroc soutient dans les dernières années, et dans lesquels le capital espagnol joue un rôle considérable.

Link : <http://hee.ouvaton.org/>

JORDANIE

WILD JORDANIA

Il s'agit d'une section Société Royale pour la Conservation de la Nature (RSCN) et elle est responsable du développement socioéconomique, y compris toutes les opérations d'écotourisme.

Link : <http://www.rscn.org.jo/orgsite/Group3/OurProjects/tabid/178/Default.aspx>

ÉGYPTE

EGYPT HIGHLIGHTS

À Egypt highlights, leurs responsabilités globales sont prises très au sérieux. Après tout, ils sont passionnés par les lieux qu'ils visitent et ils souhaitent contribuer à leur préservation. Les voyages de manière responsable contribueront à aider les communautés et les zones avoisinantes qu'ils visitent.

Link : <http://www.egyphighlights.com/>

GO TOUR EGYPT

Go Tour Egypt est un tour-opérateur dont le siège se trouve au Caire (Égypte) qui a organisé des voyages individuels et en groupe sur de multiples destinations pendant plus de 9 ans. Il travaille selon les principes du tourisme responsable.

Link : <http://gotouregypt.com/index.htm>

TURQUIE

VASCO TRAVEL TURQUIA

VASCO Travel offre des services de voyage et des tours en Turquie à près de 200 000 clients par année allemands, autrichiens, slovaquiens et hongrois. Elle a

développé les **initiatives de bonnes pratiques suivantes** :

Link: http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/case_studies/vasco_im.pdf

Link: http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/case_studies/vasco_cd.pdf

ANTIK ZEYTIN BIO HOTEL, GÖLTÜRKBÜKÜ (TURQUIE)

Link : <http://www.antikzeytin.com/En/>

ITALIE

ASSOCIATION ITALIENNE DE TOURISME RESPONSABLE (AITR)

L'AITR est une plate-forme qui englobe la plupart des organisations italiennes consacrées au tourisme responsable, y compris les agences de voyages de tourisme responsable et solidarité. Ils développent divers types de voyages et de projets de coopération en Méditerranée.

Link : <http://media.causes.com/ribbon/179582>

ASSOCIAZIONE BORGHI AUTENTICI D'ITALIA

Borghi Autentici d'Italia est un réseau de petites villes italiennes. Le projet de Borghi Autentici d'Italia (dans des villes italiennes à caractère unique et authentique) est de promouvoir un développement économique et encourager les autorités locales à améliorer et restaurer les petites villes dans le but de tirer le meilleur profit de la culture et des traditions des petits villages en question.

Link : www.borghiautenticiditalia.it

COSPE, COOPERAZIONE PER LO SVILUPPO DEI PAESI EMERGENTI

COSPE est une organisation privée, laïque et à but non lucratif. Depuis sa création

en 1983, elle travaille au sud, en Italie, et en Europe en faveur du dialogue interculturel, le développement équitable et durable, les droits de l'homme, la paix et la justice entre les peuples. Cospe réalise actuellement plus de 100 projets dans 30 pays.

Link : <http://www.cospe.it>

CTS

CTS est une association libre de promotion sociale et une organisation environnementale reconnue par le ministère de l'Environnement. Fondée en 1974 et présente dans toute l'Italie, ses principaux objectifs sont la promotion de la mobilité des jeunes, la diffusion des principes et des pratiques de responsabilité et éthique dans le tourisme, la connaissance et la préservation des milieux naturels et du patrimoine historique, artistique et culturel et la promotion de la formation professionnelle pour les jeunes.

Link : www.cts.it

ICEA

Institut de Certification Éthique et Environnementale (ICEA), qui défend que l'environnement soit constitué de facteurs naturels (air, eau, sol, flore et faune, climat) et l'anthropologie (économique, sociale, culturelle, historique, architecturale et d'infrastructure) peuvent être renforcés ou affaiblis par les activités touristiques, en fonction de comment celles-ci sont utilisés.

Dans le tourisme, en effet, plus que quelque autre industrie, les ressources de l'environnement sont la principale matière première pour sa fonction de production.

Link : www.icea.info

ERMES.NET

Ermes.net est un réseau d'affaires-projets qui a pour but d'améliorer le tourisme comme un outil de développement pour les territoires des communautés et les contenus et les propositions à travers l'expérience de voyage de

l'opérateur de petite taille (bénéfices et à but non lucratif) promouvoir des formules douces de foires touristiques se basant sur les points de la prise de conscience et la durabilité. Il fut fondé comme une association et se transforma en un projet entrepreneurial en 2007. Il inspira les critères de succès pour les voyages responsables par le biais de la AITR.

Link : www.ermes.net

ICEI, INSTITUTO DE COOPERACIÓN ECONÓMICA INTERNACIONAL

ICEI (Institut de coopération économique international) est une organisation à but non lucratif consacré à la solidarité internationale, la coopération au développement, la recherche et la formation. Il fut fondé en 1977 pour réaliser de la recherche et de la formation sur les questions Est-Ouest et ensuite sur les relations nord-sud. À remarquer les informations issues de Milan et le débat mené.

Link : www.icei.info

INTERVITA ONLUS

Intervita est une ONG de coopération au développement, non confessionnelle, sans parti, indépendante, présente en Italie depuis 1999 et avec son siège central à Milan.

Intervita travaille en Asie, Afrique et Amérique du Sud avec des projets intégrés à long terme pour assurer l'éducation primaire et basique de la santé, elle contribue au développement économique et la sécurité alimentaire des communautés. Tous ses projets ont pour finalité de renforcer les droits des enfants, la participation communautaire, la durabilité environnementale et l'égalité de genre.

Link : www.intervita.it

LEGACOOPTURISMO

Legacoop Turismo est le secteur du tourisme de Legacoop, la principale association de coopératives en Italie. Elle réalise une fonction de représentation, de consultation et de promotion. Les agences de voyages, tour-opérateurs touristiques, hôtels coopératifs de gestion, pensions, campings sont membres de Legacoop Turismo. Certaines coopératives sont aussi membres de la AITR.

Link : www.legacoopturismo.it

PLANET VIAGGI

Depuis 1999 elle organise des voyages de tourisme responsable sous l'inspiration de la "charte d'identité pour un voyage durable". Son objectif est de faire en sorte que le voyage devienne une opportunité pour la croissance économique des communautés d'accueil et pour le voyageur l'opportunité de vivre en contact avec la culture et les traditions des personnes qu'il visite.

Link : www.planetviaggi.it

ASOCIACIÓN LO SPIRITO DEL PIANETA VIAGGI

C'est une association avec la finalité de structurer un plan durable pour le tourisme responsable qui est celui qui respecte les principes généraux sociaux et l'égalité économique, avec un respect total de la nature et les cultures.

Link : <http://www.lospiritodelpianetaviaggi.org/>

VIAGGI SOLIDALI

La coopérative sociale dont le siège se trouve à Turin promeut l'organisation de voyages éthiques et durables, réduisant les effets négatifs aussi bien environnementaux que socioculturels, dans le but essentiel de contribuer au développement économique des pays d'accueil.

Link : www.viaggiasolidali.it

ORIZZONTI ENVIRONMENTAL

Il s'agit du tour-opérateur spécialisé en "organisation de voyages italiens". Depuis sa création en 1989, il travaille à la promotion "des plus belles destinations d'Italie", telles la Sardaigne, Sicile et les petites îles, notamment Pantelleria et Lampedusa. Dans les années 90 il organisa des charters touristiques d'une chaîne qui relie directement Milan à Lampedusa, qui jusqu'alors était uniquement accessible à travers Palerme.

Link : <http://www.turistia.it/asp/AboutUs.aspx>

Initiative de bonnes pratiques : Check List pour les fournisseurs.

Link :

http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/publications/sustainable_tourism.pdf

CROATIE

VILLA PAPE – ECO HÉBERGEMENT À TROGIR (CROATIE).

Link : <http://www.villa-pape.com/Villa-PaPe.aspx>

VIATOR TRAVEL

Viator Travel est une agence de voyages de Dubrovnik qui travaille selon les principes du tourisme responsable.

Link : http://www.dubrovnikviator.com/eko_travel.php?lang=en

TUNISIE

ESPIRIT OF THE SAHARA

Basé à Douz (Tunisie) "la porte d'entrée au Sahara", ils sont spécialisés sur l'environnement et la culture moyennant des randonnées dans le désert qui

promeut le style de vie des Bédouins.

Link : http://www.ecotourdirectory.com/ecotours/tunisia/spirit_of_the_sahara.php

ISRAËL

ISRAEL TRAVEL COMPANY

Israël Travel Company offre des voyages d'étude écologique sur la base du programme "Good Water Neighbor" développé par les Amis de la Terre du Proche-Orient.

Link : http://www.foeme.org/docs/Brochure_JV_English.pdf

FRANCE

ATES – Association pour le tourisme équitable et solidaire

C'est une association dont la mission est soutenir le développement de concepts et de produits de tourisme solidaire et équitable depuis sa définition pour sa commercialisation et mise en valeur.

ATES a été créé en 2006 par l'UNAT (Union Nationale d'Associations de Tourisme), la PFCE (Plateforme Française du Commerce Équitable), la LVT (Loisirs Vacances Tourisme- Fédération d'associations de tourisme) et les associations des Professionnels de voyage.

Link : www.tourismesolidaire.org

MARCO POLO Échanger Autrement - MPEA

Le FITS et la Méditerranée FITS : les membres de MPEA participent depuis la première édition du FITS (Forum International du Tourisme Solidaire) tenu en 2003 : à Marseille, 2006 : à Mexico, 2008 : FITS Med à Marseille et FITS à Bamako. Cette année (2010) sera organisée le deuxième FITS Med qui se tiendra en Algérie. Ce forum cherche à réunir les professionnels du tourisme (associations, ONG, entreprises internationales...) et les sensibiliser avec le tourisme équitable, tourisme responsable, tourisme durable, l'environnement.

Link : www.marcopolo.asso.fr

ACCOR

Chaîne hôtelière française centrée principalement sur le tourisme d'affaires.

Link : <http://www.accor.com/en.html>

Initiative de bonnes pratiques :

Sensibilisation sur la protection des écosystèmes marins

Link : http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/case_studies/accor_cr.pdf

ECHOWAY

EchoWay est une association française qui a pour but sensibiliser et informer les voyageurs sur les éléments qui peuvent contribuer à ce que leur activité soit durable du point de vue social, économique et écologique. Elle est également présente et représentée en Italie et au Mexique.

Link : <http://www.echoway.org/>

ESPAGNE

ISMALAR

C'est une agence de Voyages Responsables créée par et pour des voyageurs conscients, qui comprennent le voyage comme un trait d'union et de compréhension entre les peuples.

Elle est née en 2002 comme un projet interculturel de la AFIP (Association pour l'Encouragement de l'Interculturalité entre les Peuples). Ils ont également constitué une autre entreprise d'économie sociale "Ismalar S.L.L."

Link : <http://www.ismalar.org/nosotros.php?autenticator=316577a8e23e54b03eeec8a931432491>

KOAN

Koan Consulting est une entreprise de référence dans les services de consultation pour la gestion d'activités touristiques, culturelles et de loisirs, de même que pour la gestion de l'environnement et la coopération au développement. Elle ambitionne à ce que ses services contribuent de manière effective au développement durable des communautés locales impliquées. Écotourisme, tourisme durable et tourisme responsable sont les principaux domaines d'activité de KOAN, aussi bien en Espagne que dans le reste du monde.

Link : www.koanconsulting.com

PANDORA (AIPC Pandora)

L'association pour l'Intégration et le Progrès des Cultures Pandora (AIPC Pandora), est une organisation à but non lucratif, déclarée d'intérêt public par le ministère de l'Intérieur, qui travaille pour la promotion de la citoyenneté active à travers la participation sociale et l'éducation pour le développement, moyennant des actions de bénévolat nationale et internationale, des microprojets de coopération et des programmes de formation socioculturelle.

Link : <http://www.aipc-pandora.org/qui%20somos>

QUIDAMTUR

Quidamtur propose des systèmes intégraux pour rendre l'activité touristique la plus durable possible, en disposant à cet effet de la collaboration des administrations publiques, agents de commerces, hébergements et le reste des services touristiques et, le plus important : les voyageurs.

Link : <http://www.ismalar.org/quidamtur/index.php>

MADECA

MADECA est une association que stimule Le Développement et La Qualité dans la province de Malaga. C'est l'entité responsable de gérer et de stimuler le Plan d'Actions Stratégiques pour ladite province, promue par 24 PARTENAIRES.

Le but ultime de l'association est de stimuler la cohésion économique, sociale et territoriale de la province capable d'améliorer la qualité de vie de la citoyenneté, et à cet effet des tâches spécifiques visant l'analyse et la promotion de débats tels que le tourisme, la santé, les infrastructures, l'environnement, etc. sont élaborés pour son obtention.

Link : <http://www.madeca.info/pagina.asp?cod=95>

TOURISME RESPONSABLE

Site Web dynamisé par l'ACSUD Las Segovias del País Valencià qui a mis élaboré un répertoire d'associations, institutions, projets et événements sur le tourisme durable et responsable. Celui-ci comprend aussi des sections consacrés aux études, nouvelles et agenda spécialisé.

Link : <http://www.turismoresponsable.net/>

TURISMOVISIÓN

Turismovision est le nom d'un programme consacré à la promotion du tourisme stimulé par trois ONG : IEPALA de l'Espagne et Kate et Tourism Watch de l'Allemagne. Vous pouvez trouver sur son site Web le bulletin "Turismovision – Service d'informations", nouvelles d'événements, documents de référence, matériels de sensibilisation, matériels didactiques, bibliographie

Link : http://www.kate-stuttgart.org/content/e825/index_ger.html

TOURISME ÉQUITABLE

ONG dont le siège se trouve aux îles Baléares, elle est constituée par des techniciens et des spécialistes du secteur touristique. Elle a pour but d'encourager le développement d'un tourisme durable et stimuler la participation éthique des corporations touristiques qui travaillent dans les pays du Sud.

ASOCIACIÓN TINERFEÑA DE AMIGOS DE LA NATURLEZA - ATAN

ATAN est l'organisation écologiste de Tenerife créée en 1977 et qui a pour but la défense et la conservation du patrimoine naturel et la culture de l'île. Sur leur site Web il existe un espace consacré à dénoncer les effets négatifs du tourisme, en se centrant spécialement sur les installations de golfe.

Link : <http://www.atan.org/turismo/index.htm>

Sites Web et documents connexes :

Tour Operadors ´ contribution to the development of sustainable tourism :

Link : <http://www.toinitiative.org/index.php?id=3>

Tourisme Durable : la contribution des tour-opérateurs :

Link : http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/publications/sustainable_tourism.pdf

FORMATION ET RECHERCHE

INSTITUT EUROPÉEN DE LA MÉDITERRANÉE (IEM)

C'est un acteur de dialogue entre l'Union européenne et les autres pays de la Méditerranée qui fonctionne tel un centre de réflexion et de débat sur les sociétés méditerranéennes. Il est aussi un *think thak* spécialisé dans les relations euro-méditerranéennes que promeut la coopération.

Link : <http://www.iemed.org/documents/memorialEMed2008CAST.pdf>

CENTRE DE RECHERCHE ET D'INFORMATION DANS LA CONSOMMATION (CRIC)

C'est une association indépendante et à but non lucratif qui travaille sur la réflexion et les propositions dans le domaine de la consommation consciente ou responsable.

Link : <http://www.opcions.org/cast/opcions/viajes.html>

FEMISE (FORUM EUROMÉDITERRANÉEN DE L'INSTITUT DES SCIENCES ÉCONOMIQUES)

L'association FEMISE est un réseau euro-méditerranéen créé en 2005 dont le but principal est de réaliser **des études** en Méditerranée sur des thématiques socioéconomiques et politiques.

Link : www.femise.org

FEMEC (FORUM EUROMÉDITERRANÉEN DES CULTURES)

Cette association regroupe les différents acteurs des deux rives de la Méditerranée, non seulement de la **culture et des arts, mais aussi de l'éducation ou la recherche**, qui ont l'objectif de renforcer l'action des donneurs d'idées entre les deux rives de la Méditerranée et consolider la compréhension entre les cultures.

Link : <http://www.femec.org>

MEDIES (INITIATIVE MÉDITERRANÉENNE POUR L'ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT ET À LA DURABILITÉ, EN METTANT L'ACCENT SUR L'USAGE DE L'EAU ET LES RÉSIDUS)

Elle encourage la communauté éducative et les étudiants à contribuer d'une manière systématique et concrète à l'application du Programme 21 et les Objectifs de la Déclaration du Millénaire, à travers l'application réussie de programmes innovateurs d'enseignement dans les pays du bassin méditerranéen.

Link : <http://www.medies.net/staticpages/index.php?page=briefdesc>

EUROMESCO (COMMISSION D'ÉTUDE EUROMÉDITERRANÉENNE)

EUROMESCO - Euro-Mediterranean Study Commission est un réseau de **centres de recherche** et de centres universitaires indépendant qui travaille sur l'analyse de thématiques de politique extérieure et à la recherche en matière de sécurité en Méditerranée.

Link : <http://www.euromesco.net>

STRADEMED (STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DU BASSIN MÉDITERRANÉEN)

STRADEMED centre son activité sur le partenariat euroméditerranéen et **réalise des cycles de formation**. Ses membres se réunissent chaque année à l'occasion de la célébration d'un colloque international.

Link : <http://www.fmes-france.org>

IBEI ÉCOLE D'ÉTÉ DE LA MÉDITERRANÉE.

L'objectif de l'École d'Été de la Méditerranée est d'offrir une série de cours brefs s'adressant aux titulaires d'une maîtrise, professeurs et des doctorants des domaines des sciences politiques et de l'économie souhaitant acquérir une plus grande connaissance sur les relations multilatérales et bilatérales en Méditerranée.

MIO-ECSDE BUREAU D'INFORMATION MÉDITERRANÉEN POUR L'ENVIRONNEMENT, LA CULTURE ET LE DÉVELOPPEMENT DURABLE.

Le Mediterranean Information Office for Environment, Culture and Sustainable Development (MIO-ECSDE), est une fédération à but non lucratif d'ONG méditerranéennes pour l'environnement et le développement durable.

Link : <http://www.mio-ecsde.org/index.asp>

FONDATION CYES

La Fondation CYES est une Institution à caractère privée que travaille pour favoriser le développement humain depuis la perspective de la coopération et la culture. Elle centre son intervention dans les domaines de la coopération, la durabilité, l'aide humanitaire, les droits de l'homme, etc., et tout cela, par le biais de programmes de formation d'éducation pour le développement comme stratégie essentielle pour améliorer les conditions de vie et les besoins des personnes dans les sociétés en voie de développement.

Formation de tourisme durable :

- Expert en Tourisme Durable dans le Développement Local
- Master en Développement Rural Durable.
- Expert en Activités Touristiques dans les Aires Naturelles.

Link : <http://www.cyes.org/presentacion.html>

ECO-UNIÓN une entité environnementale à but non lucratif qui développe des projets pour l'encouragement de la culture environnementale et la formation professionnelle en matière de durabilité.

Link :

http://www.ecounion.com/formacion/index.php?option=com_content&view=article&id=44&Itemid=68&lang=es

CERTIFICATIONS, MARQUES DE QUALITÉ, ET ÉCOLABELS

ITR

L' **Institut de Tourisme Responsable** est l'entité qui octroie les certifications aux établissements adhérents au système de tourisme responsable, moyennant l'évaluation du respect des conditions pour la concession. La distinction que l'on peut obtenir est celle de Biosphere Hotels (Hôtels de la Biosphère).



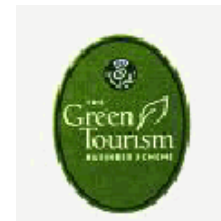
GREEN GLOBE

C'est le Standard International d'Écotourisme de **GREEN GLOBE 21** pour les produits d'écotourisme. Il a été développé par Écotourisme Australie avec le Cooperative Research Center (CRC) pour le Tourisme Durable d'Australie.



THE GREEN TOURISM

Institut de certification écossais qui octroie une série d'évaluations de processus avec différents niveaux qui dépendent de la profondeur des initiatives environnementales qui sont en train d'être réalisées.



UNEP (Programme des Nations Unies pour l'Environnement)



affirme que «les niveaux écologiques, développés de manière efficace, changent l'attitude des consommateurs et des producteurs. Par exemple, les entreprises qui vendent des produits touristiques trouvent que le profit économique des bénéfices de l'entreprise augmente du fait de l'application de nouveaux éconiveaux, puisque les personnes sont de plus en plus conscientes à l'égard de l'environnement.

Le label écologique de l'UE

C'est l'Association Espagnole de Normalisation et de Certification (AENOR) qui l'octroie en Espagne et, le cas échéant, les entités désignées par les Communautés Autonomes.



ECOTEL

Il est fondé sur le Programme de Protection de l'Environnement des États-Unis. C'est l'un des programmes les plus complexes, en offrant cinq différents niveaux de certification.



TRAVELIFE

C'est un certificat de durabilité reconnu à niveau global s'adressant aux tour-opérateurs du secteur touristique dont l'objectif est de soutenir de manière efficace et rentable l'application des principes de la durabilité.



Link : <http://www.travelife.eu/index.php?id=1>

LEGAMBIENTE TURISMO

300 entreprises d'hébergements respectueux de l'environnement (Italie)

L'appellation Legambiente Turismo n'a cessé d'augmenter depuis 1997, quand ce système de certification "recommandant des hôtels respectueux de l'environnement" a été lancé dans la station balnéaire de Riccione.



Link : www.legambienteturismo.it

BLUE FLAG Blue Flag International

2.211 plages et 605 ports de plaisance de toute l'Europe en 2004

Depuis 1987, le Pavillon Bleu a signalé que la qualité de l'eau, le nettoyage des plages et l'élimination des déchets sont tous de grande qualité - des plages de sable en Grèce ou en France, pour les ports de plaisance en Italie ou en Allemagne.



Link : www.blueflag.org

LA CLEF VERTE

100 campings, caravanes, gîtes et chambres d'hôtes écologiques (France)

Depuis 1999, la Clef Verte a fourni une garantie que la protection de l'environnement ne soit pas érodée par le luxe.



Link : www.laclefverte.org

LE DISTINCTIF DE GARANTIE DE QUALITÉ ENVIRONNEMENTALE

70 entreprises d'hébergement en Catalogne (Espagne) Depuis 1998, le label est également disponible pour les services et dans le domaine du tourisme.



Link : www.gencat.net/mediamb/qamb/inici.htm

Le SCTE Destinations (SICTED)

C'est un processus technologique de Turespaña qui fournit un système intégral et permanent de gestion de la qualité dans une destination touristique.



Compromiso
de Calidad Turística

Link : <http://www.calidadendestino.es/Contenidos/InformacionGeneral.aspx>

INTERNATIONAL TOURISM PARTNERSHIP

Le partenariat du tourisme international est une organisation des plus grandes entreprises du voyage et de l'industrie du tourisme. Son objectif est d'octroyer aux hôtels, voyagistes et industries du tourisme les connaissances et les compétences pour développer des solutions pratiques plus responsables.



Link : <http://www.tourismpartnership.org/index.html>

PLAN DE SERVICES (Ce domaine correspond aux établissements d'hébergement)

C'est un programme qui cherche à catégoriser et à certifier les entreprises touristiques conformément au degré de respect que leurs opérations atteignent vis-à-vis du modèle de durabilité.



Link : <http://www.turismo-sostenible.co.cr/es/cst/acerca-del-cst/en-que-consiste-el-cst.php>

L'INITIATIVE VISIT

L'initiative européenne Visit (Initiatives Volontaires pour la Durabilité en Tourisme) a été conçue pour démontrer comment les labels écologiques peuvent collaborer et contribuer à rapprocher le marché du tourisme de la durabilité.



ISO ORGANISATION INTERNATIONALE POUR LA STANDARDISATION

C'est un système de certification pour la gestion environnementale. À remarquer l'ISO 14000 comme système de gestion environnementale et l'ISO 9000 comme système de qualité.



Link : <http://www.iso.org/iso/home.html>

EMAS

EMAS Eco-Management and Audit environmental est une initiative volontaire destinée à améliorer les résultats des entreprises d'environnement. Fut créé initialement par le biais du Règlement européen 1836/93, bien qu'il a été substitué par le Règlement 1221/2009



Link : <http://www.iema.net/ems/emas>

"Q" DE QUALITÉ TOURISTIQUE

La "Q" de qualité touristique est le label qui représente la qualité dans le secteur touristique espagnol. La "Q" apporte aux établissements touristiques qui le possèdent : PRESTIGE, DIFFÉRENTIATION, FIABILITÉ, RIGUEUR ET PROMOTION de la part du Secrétariat d'État de Tourisme et les Communautés Autonomes.



TOURBENCH

Tourbench est un système pratique, gratuit et simple ; localisé sur le site Web qui lui permet de contrôler ses coûts liés à l'impact sur l'environnement. Grâce à TourBench il peut déterminer et contrôler ses données de consommation et ses coûts d'énergie, en eaux, de résidus et de produits de nettoyage. Il peut comparer en outre ses coûts environnementaux avec la moyenne d'entreprises analogues au niveau national ou encore à niveau européen (benchmarking). Ses données personnelles seront analysées par les membres de TourBench de manière totalement confidentielle.



Link : http://www.tourbench.info/index.pl/home_es

SIERRA

(Service de l'Internet pour l'évaluation du potentiel touristique dans les espaces ruraux, en utilisant les données à caractère géographique, économique et urbanistique.

Documents d'intérêt connexes :

Tourism eco-labelling in Europe – moving the market towards sustainability

Link : http://www.ecotrans.org/visit/docs/pdf/visit_en.pdf

Stratégie de Qualité Touristique. Le rôle des systèmes d'accréditation et certificats de Qualité.

Link : <http://www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/me0507.pdf>

Quality Management System

Link :

http://www.businessballs.com/dtiresources/quality_management_systems_QMS.pdf

Quality management systems in tourism companies : the case of travel agencies in Egypt

Link : <http://www.fayoum.edu.eg/Tourism/TourismStudies/pdf/Eraqi8.pdf>

Going Green. The International Tourism Partnership's checklist for minimum standards toward a sustainable hotel.

Link : <http://www.tourismpartnership.org/downloads/Going%20Green.pdf>

El Camino Verde - les standards minimaux d'un hôtel durable.

Link : <http://www.tourismpartnership.org/downloads/El%20camino%20verde.pdf>

AUTRES DOCUMENTS D'INTÉRÊT

- **Tourism Trends in the mediterranean.**
- http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-40-01-666/EN/KS-40-01-666-EN.PDF
- **La Méditerranée s'inscrit à l'engagement en faveur d'un développement durable.**
- <http://www.iemed.org/anuari/2004/esparticles/eantoine.pdf>
- **Développement Durable en Méditerranée. Nouvelles perspectives 2008.**
- <http://www.iemed.org/anuari/2009/earticles/266.pdf>
- **Fresh water and Tourism in the Mediterranean**
- http://assets.panda.org/downloads/medpotourismreportfinal_ofnc.pdf
- **Mediterranean basin biodiversity hotspot**
- http://www.cepf.net/Documents/DC_Draft_Mediterranean_EP_Rev_27_July.pdf
- **Agence pour le développement durable en Méditerranée**
- <http://www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/me0403.pdf>
- **Report on the Seminar "Coastal Tourism in the Mediterranean : Adapting to Climate Change"**

- http://www.pap-thecoastcentre.org/pdfs/Cagliari%20Seminar_Final%20Report.pdf
- **Tourisme Urbain en Méditerranée**
- <http://www.ual.es/Congresos/Turismo-Mediterraneo/panel4-2.pdf>
- **Projet Méditerranée**
- http://www.humandimension.net/useruploads/files/proyecto_mediterraneo.pdf
- **Tourism Trends in the Mediterranean**
- http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-40-01-666/EN/KS-40-01-666-EN.PDF
- **Méditerranée et Environnement**
- http://www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/medio_ambiente.pdf
- **Eau et Durabilité : Fonctionnalité des Bassins**
- <http://www.sostenibilidad-es.org/NR/rdonlyres/FA2C045E-F11E-41AC-8C8F-ED1D7F7C31C5/2947/aguaespañol.pdf>
- **Promote sustainable tourism in the Mediterranean (Workshop)**
- http://www.planbleu.org/publications/atelier_tourisme/programme_UK.pdf
- **Tourisme Environnement et Développement Durable**
- <http://revistas.ucm.es/cca/11391987/articulos/OBMD0505110305A.PDF>
- **CALYPSO study, compendium of good practices**
- http://www.bits-int.org/files/021de54a40bfa72668ce667a85e9a415_1277198320.pdf
- **Effet et impacts du Tourisme sur les milieux naturels insulaires de la méditerranée : Le cas des îles Baléares**
- <http://www.eduvinet.de/eduvinet/es004.htm>
- **Impacts Environnementaux des développements touristiques et résidentiels**
- <http://www.responsibletravel.org/resources/documents/Coastal-tourism-documents/Impactos Ambientales de los Desarrollos Tur%C3%ADsticos y Re>

[sistenciales.pdf](#)

- **Aménagement du territoire et activité touristique sur le littoral méditerranéen. Réflexion sur l'espace d'Almería.**
- <http://www.ual.es/Congresos/Turismo-Mediterraneo/panel4-1.pdf>
- **Tourisme en Méditerranée, une perspective comparative**
- <http://www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/me0718.pdf>
- **Marchés émetteurs et le secteur touristique**
- <http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20zonal/europa/el%20turismo%20mediterraneo%20revisado.pdf>

COMMUNIQUÉ DE NOUVELLES

- **L'initiative de tourisme durable de l'Axarquie commence ses activités**
- <http://www.andaluciaturismodigital.com/noticia.asp?idcontenido=10884>
- **La Méditerranée, la mer la plus sale au monde**
- http://www.citop.es/Titulares/070723_42elpais.pdf
- **Tourisme au quotidien. Toute l'information du Tourisme en Andalousie.**
- <http://canales.opinionmalaga.com/turismo/?tag=turismo-sostenible>
- **Ils stimulent le centre d'Écotourisme au sud de Tunis**
- <http://www.viajes-tunez.net/noticia/impulsan-centro-de-ecoturismo-al-sur-de-tunez/89.aspx>
- **Accord pour consolider la Costa del Sol comme destination touristique durable**
- <http://www.diariosur.es/20100304/local/turismo/acuerdo-para-afianzar-costa-201003041755.html>

BIBLIOGRAPHIE

- DUMAS, DANIELLE. *Le tourisme internationale dans le bassin méditerranéen*. París, 1980.
- FIGUEROLA, MANUEL. *La demanda turística en el Mediterráneo 2000*. Estudios turísticos, nº 89. Madrid
- AGUILÓ, E. *La política turística en Baleares*. Economistas. Nº 48. 1990
- Lanquart, Robert. *La prospective touristique méditerranéenne*. PUF. París, 1992
- FRANGIALLI, FRANCESCO. *El turismo en el Mediterráneo*. Estudios Turísticos, nº 119-120. Madrid, 1993
- *Tourism in the Mediterranean*. The Economist Intelligence Unit. Londres, 1993.
- MONANARI, ARMANDO. *El futuro del Mediterráneo turístico*. Papers de turisme. Nº 14-15. Valencia, 1994.
- *La coopération Euro-méditerranéenne dans le domaine du tourisme*. Conseil National du Tourisme. Francia, 1994.
- VERA. *El modelo turístico del mediterráneo español*. Papers de turisme. Nº 14-15. Valencia, 1994
- LANQUART, ROBERT et al. *Tourisme et environnement en Méditerranée*. París, 1995
- ORTUÑO MANUEL. *Turismo Mediterráneo*. Cuadernos sectoriales nº 1. Diálogo Mediterráneo. Madrid, 1996
- CAPELLA, JOSEP. *Turismo sostenible en el Mediterráneo*. Girona, 1998
- BARCELONA 1995, *Hacia un nuevo escenario de asociación euromediterránea*, Foro civil Euromed, Institut Català de la Mediterrània, Barcelona, 1996.
- CLAVÉ, Salvador Anton, "Les estratègies del turisme litoral català", en *El futur del litoral a Catalunya al segle XXI*, Congreso de Turismo de Cataluña, Girona, 11 de enero de 2001.
- COMISIÓN EUROPEA, *Por un turismo costero de calidad. Gestión integrada de la calidad de los destinos turísticos costeros*. Resumen, Oficina de Publicaciones Oficiales de la Comunidades Europeas, Luxemburgo, marzo de

- 2000.
- De Juan Alonso, José María, et al., Manual de Turismo Sostenible para el Programa Araucaria XXI. Edt. AECID, Madrid, 2006.
 - IZQUIERDO BARRIUSO, Miriam, "La Unión Europea ante las entidades locales y territoriales", *El Consultor*, Madrid, 2001.
 - LANQUAR, Robert, "La prospective touristique méditerranéenne: cinq scénarios sur les interdépendances entre le tourisme et l'environnement", *Turismo y Medio Ambiente en la Europa Mediterránea de los 90*, CEFAT-ITVA, Valencia, 16 de junio de 1989.
 - PORCEL, Baltasar, *Mediterrània, onatges tumultuosos*, Institut Català de la Mediterrània, Generalitat de Catalunya, Barcelona, 1996.
 - BATTILANI P. (en via de publicación): *Rimini: a Mass Tourism Resort which based its Succession an Original Mix of Italian Style and Foreign Models*, Actas del Convenio *Europe at the Seaside. The economic History of Mass Tourism in the Mediterranean Sea (1945-2000)*, Balearic Islands, 21-23 Febrero 2003.
 - PEMBLE J. (1988): *The Mediterranean Passion. Victorians and Edwardians in the South*, Oxford, University Press.
 - WALTON K.J. (1994), "The first Spanish seaside resorts", *History Today*, n. X, Londres.
 - SERRA A. (in corso di pubblicazione): *Strategies of expansion of the Majorcan hotel chains*, en Acta del convenio *Europe at the Seaside*.
 - SPITERI L. (1968): *The development of tourism in Malta*, Malta.
 - RODRIGUEZ C.L. (2004): "A century of Seaside Tourism and the Planning of Urban Space in Spain, 1830-1936" *Historia del Turismo*, Annale, Turin.
 - WWF (2000), *Responsible Tourism in the Mediterranean: current threats and opportunities*, World Wide Fund for Nature, Rome.
 - Perry, A. (2006). Will Predicted Climate Change Compromise the Sustainability of Mediterranean Tourism? *Journal of Sustainable Tourism* 14(4): 367:375.
 - CARTAPANIS, André et al. *Analyse prospective du trafic maritime en Méditerranée occidentale*. Rapport pour le Ministère de l'équipement, des transports, du logement, du tourisme et de la mer, Aix-en-Provence: SCOT-

- MédiaSim, septiembre de 2003.
- BALAGUER J. y CANTAVELLA-JORDA M. (2002): "Tourism as a long run economic growth *factor*: the Spanish case", *Applied economics*, nº 34, pp. 877-884
 - RAYÓ, M. (1989) Els espais naturals protegits. Una eina per a la conservació i per el desenvolupament sostingut. Patronat de l'Escola Municipal de Mallorca. Manacor. Mallorca.
 - MAYOL, J. i MACHADO, A. (1992) *Medi ambient, ecologia i turisme a les illes Balears*. Editorial Moll. Palma.
 - Abdel-Gawad, S. 2008. Actualizing the Right to Water: An Egyptian Perspective for an Action Plan, in *Water as a Human Right for The Middle East and North Africa* Edited by Asit K. Biswas, Eglal Rached, and Cecilia Tortajada.
 - UNEP and UNWTO (2006), *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*, UNEP DTIE and UNWTO, Paris and Madrid.
 - UICN, WWF & PNUMA (1980) *Estrategia mundial para la conservación. La conservación de los recursos vivos para el logro de un desarrollo sostenido*. Morges. UICN Publications Centre.
 - UICN, WWF & PNUMA (1991) *Cuidar la terra: estratègia per al futur de la vida*. Gland. Suïssa. Versió al català de la Societat d'Història Natural de les Balears. Parlament de les Illes Balears. Palma.
 - GILLESPIE, Richard: «The Valencia Conference: Reinvigorating the Barcelona Process?», *Mediterranean Politics*, 7/2, 2002.
 - Segunda Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo. Organización Mundial del Turismo (OMT).
 - Estudio "*Turismo y cambio climático. Hacer frente a los restos comunes*", Organización Mundial del Turismo (OMT).
 - Estudio "*Cambio climático y turismo: responder a los retos mundiales*". Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), Organización Meteorológica Mundial (OMM) y Organización Mundial del Turismo (OMT).
 - "*Informe europeo Dobris*", basado en datos de la Organización Mundial del Turismo (WTO)
 - Normativa de la marca Parque Natural de Andalucía (PNA). Consejería de

Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.

- *"Carta del Turismo Sostenible"* Lanzarote (Islas Canarias): Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, 1995. Disponible en: www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf
- *"Haciendo un turismo más sostenible: Una guía para los formuladores de políticas"*. Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) – Organización Mundial del Turismo (OMT), 2005.
- *"Seminario avanzado sobre: buenas prácticas en proyectos de turismo sostenible en el norte de África"*. Programa Azahar. Valsain (Segovia), del 7 al 12 de Mayo de 2007.
- MUÑOZ FLORES, Juan Carlos. *"TURISMO Y SOSTENIBILIDAD EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS: La Carta europea del Turismo sostenible en la zona volcánica de la Garrotas y el Plan de Desarrollo Sostenible en Cabo de Gata-Níjar"*. (Tesis doctoral). Girona: Universitat de Girona, 2006.
- *"Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y gestión municipal"*. OMT (World Tourism Organisation).
- *"Desarrollo sostenible del Ecoturismo. Una compilación de buenas prácticas en las pyme"*. OMT (World Tourism Organisation).
- *"Manual de buenas practicas para el turismo sostenible: Guía metodológica para el desarrollo de turismo sostenible en el Perú"*. Lima: Instituto Machu Picchu, 2006.
- MALDONADO, Carlos. *"Turismo y comunidades indígenas: impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta"*. [s.l.]: Oficina Internacional del Trabajo, Programa de Desarrollo de Pequeñas Empresas. Departamento de creación de empleos y desarrollo de la empresa, 2006.
- *"Turismo sostenible y desarrollo local"*. Programa Delnet-Centro Internacional de Formación de la OIT. En @local.glob, núm. 4, Año 2007.
- *"Ahorro de energía en el sector hotelero: recomendaciones y soluciones de bajo riesgo"*. Convenio de colaboración entre IDEA y SGT. Madrid: IDEA, 2001.
- *"Proyecto sostenibilidad y empleo en espacios naturales: Guía de buenas prácticas"*. [s.l.]: Fundación del Patrimonio Natural de Castilla y León.
- *"Guía de buenas practicas ambientales en el sector de la hostelería"*. Programa de renovación sostenible del pequeño comercio y la hostelería de

- Zaragoza. Zaragoza: Cámara de Comercio e Industria, 2007.
- *“Manual de buenas prácticas ambientales en la hostelería y el ocio”*. Proyecto cofinanciado por la Fundación Biodiversidad, la Cámara de Comercio de Granada y el Fondo Social Europeo.
 - *“Buenas prácticas medioambientales en playas. guía dirigida a los usuarios de nuestros espacios costeros y playas”*. Valencia: Generalitat Valenciana, [s.n.].
 - AYUSO, Silvia. *“Gestion sostenible en la industria turística”*. (Tesis Doctoral). Barcelona: Universidad Autónoma, 2003.
 - *“Manual de buenas prácticas en Turismo Rural”*. Cuenca: Diputación Provincial de Cuenca, 2005.
 - *“Buenas prácticas en la prestación del servicio: alojamientos turísticos”*. Madrid: Ministerio de Economía, 2002.
 - SEMINARIO AVANZADO SOBRE: BUENAS PRÁCTICAS EN PROYECTOS DE TURISMO SOSTENIBLE EN EL NORTE DE ÁFRICA. PROGRAMA AZAHAR. Valsaín (Segovia), del 7 al 12 de Mayo de 2007.
 - VIÑALS, M.J (Coord). *Herramientas para la gestión del turismo sostenible en humedales*. Valencia: Universidad Politécnica, 2002. Serie Cuadernillos Técnicos
 - AYUSO, Silvia. *GESTION SOSTENIBLE EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA*. (Tesis Doctoral). Barcelona: Universidad Autónoma, 2003.
 - *AGENDA PARA PLANIFICADORES LOCALES: TURISMO SOSTENIBLE Y GESTIÓN MUNICIPAL*. OMT (World Tourism Organisation).
 - *DESARROLLO SOSTENIBLE DEL ECOTURISMO*. Una compilación de Buenas Prácticas en las PYME. OMT (World Tourism Organisation).
 - MUÑOZ FLORES, Juan Carlos. *TURISMO Y SOSTENIBILIDAD EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS: La Carta europea del Turismo sostenible en la zona volcánica de la Garrotas y el Plan de Desarrollo Sostenible en Cabo de Gata-Níjar*. (Tesis doctoral). Girona: Universitat de Girona, 2006
 - *AHORRO DE ENERGÍA EN EL SECTOR HOTELERO: Recomendaciones y soluciones de bajo riesgo*. Convenio de colaboración entre IDEA y SGT. Madrid: IDEA, 2001.
 - *MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN LA HOSTELERÍA Y EL OCIO*. Proyecto cofinanciado por la Fundación Biodiversidad,

- la Cámara de Comercio de Granada y el Fondo Social Europeo.
- CARTA DEL TURISMO SOSTENIBLE. Lanzarote (Islas Canarias): CONFERENCIA MUNDIAL DE TURISMO SOSTENIBLE, 1995. Disponible en: www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf
 - Turismo Sostenible: Buenas prácticas para usuarios de instalaciones o actividades turísticas. [s.l.]: Departamento de Medio Ambiente. Gobierno de Aragón. Disponible en: http://portal.aragon.es/portal/page/portal/MEDIOAMBIENTE/EDUAMB/DOCUMENT/FOLLETOS/BUENAS+PRACTICAS+AGENTES_COR.PDF.
 - SOLER, Santiago, LESENFANTS, Yves, VELA, Martinza y ARTEAGA, Federico de. CLUSTER DE TURISMO SOSTENIBLE: Resultados, Lecciones Aprendidas y Futuro. [s.l.]: MIF/FOMIN, 2007. Disponible en: <http://www.iberpymeonline.org/Documentos/ClusterTurismoFOMIN.pdf>.
 - LÓPEZ MARTÍN, Fernando [et. Al.]. Educación Ambiental: Turismo Sostenible. En III Jornadas de Educación Ambiental de la Comunidad Autónoma de Aragón, 24, 25 y 26 de Marzo de 2006. Zaragoza: Servicio de Información y Educación Ambiental, 2006. Disponible en: <http://portal.aragon.es/portal/page/portal/MEDIOAMBIENTE/EDUAMB/SENSIBILIZACION/JORNADAS/GRUPO5/SOSTENIBLE.PDF>.
 - Guía de buenas prácticas ambientales en el sector turismo rural. Guadalajara: Cámara de Comercio e Industria, 2003. Disponible en: <http://www.turismosostenible.es/monograficos/guias/GBPATuristico.pdf>.
 - LESENFANTS, Yves. Diagnóstico y optimización de la gestión metodológica del Cluster: CLUSTER DE TURISMO SOSTENIBLE. [s.l.]: FOMIN, 2006. Disponible en: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=850796>.
 - Guía de buenas prácticas ambientales para alojamientos turísticos de la Hoya de Huesca. Zaragoza: Fundación Ecología y Desarrollo, 2003. Disponible en: http://www.fundacionglobalnature.org/proyectos/tuismo_y_ma/GuiaBuenasPracticas.pdf.
 - HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE. En SAVIA, (Núm. Junio): 16-19, 2007. Disponible en:

- http://www.uhu.es/uhutur/documentos/monografias3/Hacia_un_turismo_sostenible.pdf.
- BIEN, Amos. CESD N°1: UNA GUÍA SIMPLE PARA LA CERTIFICACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE Y EL ECOTURISMO. Center for ecotourism and Sustainable Development. Disponible en : <http://www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=1028828>.
 - RUSSILLO, Aimee, BIEN, Amos, HONEY, Martha Y ROME, Abigail. CESD N°2: PASOS PRÁCTICOS PARA FINANCIAR LA CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS. Center for ecotourism and Sustainable Development. Disponible en: <http://www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=1028842>.
 - RUSSILLO, Aimee, BIEN, Amos, HONEY, Martha Y ROME, Abigail. CESD N°3: PASOS PRÁCTICOS PARA MERCADEAR LA CERTIFICACIÓN TURÍSTICA. Center for ecotourism and Sustainable Development. Disponible en: <http://www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=1028848>.
 - PLAN DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN EL SECTOR TURISTICO: PLAN DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO LOS LAGOS. Badajoz: Diputación de Badajoz. Área de Desarrollo Local. CEDER. Disponible en: <http://web.dip-badajoz.es/proyectos/loslagos/descargar.php?doc=100815>.
 - LAS BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES EN LA HOSTELERÍA Y OCIO. Valencia: Generalitat Valenciana. Conselleria de Medi Ambient. Disponible en: http://www.fundacionglobalnature.org/proyectos/tuismo_y_ma/Manual%20BP%20Hosteler%EDa%20y%20ocio.pdf.
 - LAS BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES –SERVICIOS -HOSTELERÍA Y OCIO. Valencia: Generalitat Valenciana. Conselleria de Medi Ambient. Disponible en: http://216.239.59.104/search?q=cache:omCCOBojIRYJ:www.camaralicante.com/mambiente/do%3Fdocumento%3DBPM_Servicios_Hosteleria+buenas%2Bpracticas%2Bmedioambientales%2Bservicios%2Bhosteleria%2Bocio&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=es.
 - LA EMPRESA DE TURISMO RURAL: GESTIÓN, ADMINISTRACIÓN Y CALIDAD. En “Formas alternativas de ocupación y formación continua en Agricultura”: Proyecto Agreement n° 2004 EL/04/B/F/PP-148258. Madrid: Education and Cultura Leonardo da Vinci, 2006. Disponible en: <http://www.etsia.upm.es/ANTIGUA/DEPARTAMENTOS/economia/documento>

- <s/ProyectoAgreement/RuralTourismFirmP3Sp.pdf>
- MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN LA FAMILIA PROFESIONAL: SECTOR SERVICIOS TURISMO Y HOSTELERÍA. [s.l.]: Ministerio de Medio ambiente y Fondo Social Europeo. Disponible en: <http://www.turismo-sostenible.org/docs/turismobp.pdf>.
 - BUENAS PRACTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE: UNA GUÍA PARA EL PEQUEÑO Y MEDIANO EMPRESARIO. Rainforest Alliance. Asociación Alianza Verde. Disponible en: <http://www.rainforest-alliance.org/programs/tourism/certification/bmp-guide-s.pdf>.
 - 23. HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE: CÓMO INTEGRAR EL MEDIO AMBIENTE EN EL SECTOR TURÍSTICO. [s.l.]: LanzaRed (Secretariado de la Red de Autoridades Ambientales), 2001. Disponible en: http://www.mma.es/secciones/raa/programacion_raa_ant/integracion_sectores/pdf/turismo.pdf.
 - 24. TURISMO SOSTENIBLE ZARAGOZA: GUIA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES. Zaragoza: Ayuntamiento de Zaragoza, [s.n.]. Disponible en: <http://www.turismososteniblezaragoza.com/documentos/FOLLETO.ppt#1>.
 - 25. CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL DESARROLLO DE MUNICIPIOS TURÍSTICOS. [s.l.]: Congreso Nacional de Sostenibilidad, 2007, Disponible en: <http://www.famp.es/famp/varios/ciudadessostenibles/docums/CODIGO%20BUENAS%20PRACTICAS.pdf>.
 - 26. MAKING TOURISM MORE SUSTAINABLE. Helpful instruments and practice examples in Europa. Hanover (Germany): OMT (World Tourism Organisation), UNEP (United Nations Environment Programme), 2006. Disponible en: http://www.ecotrans.org/docs/1_hamele_Yunis_intro_aims.pdf.
 - 27. MAKING TOURISM MORE SUSTAINABLE. CASE STUDIES. OMT (World Tourism Organisation), UNEP (United Nations Environment Programme). Disponible en: http://www.visitbritain.com/en/Images/CS6%20Cavendish_tcm12-135004.doc.
 - 28. GUÍA PARA ADMINISTRADORES LOCALES: DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE. OMT (World Tourism Organisation). Disponible en: http://www2.unia.es/nuevo_inf_academica/visualizar_file_Adjunto.asp?ID=

- [1131.](#)
- 31. 10 CONSEJOS PARA UN VIAJE MÁS RESPONSABLE. Programa Ecoviajeros. Disponible en: <http://www.janegoodall.es/mm/file/IJG-Boletin%20Mayo08.pdf>.
 - GÚIA DE BUENAS PRÁCTICAS DE VÍAS VERDES EN EUROPA: Ejemplo de Realizaciones Urbanas y Periurbanas. Madrid: Asociación Europea de Vías Verdes, 2000. Disponible en http://aevv.horus.be/SiteResources/data/MediaArchive//pdf/bonnes_pratiqu es_esp.pdf.
 - GÁNDARA, José Manuel, FRAIZ BREA, José Antonio Y ALÉN GONZALEZ, María Elisa. HOTELES SOSTENIBLES PARA DESTINOS SOSTENIBLES. La calidad hotelera como instrumento para la sostenibilidad. 2005. Disponible en: dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=2482212&orden=0.
 - 255 MEDIDAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE: alternativas a la Estrategia Española de Desarrollo Sostenible. Ecologistas en Acción, Greenpeace, SEO/BirdLife y WWF/Adena. Disponible en http://www.oei.es/decada/portadas/225_medidas.pdf.
 - BIOSPHERE GOLF: Responsable Golf. Instituto de Turismo Responsable. Gran Canaria: Asociaciones de Campos de Golf, 2004. Disponible en <http://www.golfspainfederacion.com/pdf/notas/biosferagolf0905.pdf>.
 - CASANOVA, Clara. LA CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE y su aplicación en Galicia. [s.l.]: ECOTONO Equipo Consultor en Turismo y Desarrollo, 2004. Disponible en: <http://xunta.es/conselle/cma/GL/CMA04d/CMA04dCursoHostalarias/CETurism Sost.pdf>.
 - EL TURISMO SOSTENIBLE EN LAS AHORRO DE ENERGÍA EN EL SECTOR HOTELERO: Recomendaciones y soluciones de bajo riesgo. Convenio de colaboración entre IDEA y SGT. Madrid: IDEA, 2001.
 - MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN LA HOSTELERÍA Y EL OCIO. Proyecto cofinanciado por la Fundación Biodiversidad, la Cámara de Comercio de Granada y el Fondo Social Europeo.
 - EN ACCIÓN. Estudios de Casos. International Ecotourism Society (TIES). Disponible en: ftp://ftp.fao.org/paia/mnts/case/case_studies_es.pdf.
 - Guía de buenas prácticas ambientales en el sector turismo rural. Guadalajara: Cámara de Comercio e Industria, 2003. Disponible en:

- VIÑALS, M.J (Coord). Herramientas para la gestión del turismo sostenible en humedales. Valencia: Universidad Politécnica, 2002. Serie Cuadernillos Técnicos. Disponible en: <http://www.turismosostenible.es/monograficos/guias/GBPATuristico.pdf>.
- VARGAS SANCHEZ, Afonso, VACA ACOSTA, Rosa M^a y GARCIA DE SOTO CAMACHO, Elena. GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES. SECTOR TURISMO (Hoteles y Campos de Golf). Madrid: Fundación Biodiversidad, 2003. Disponible en: http://www.uhu.es/alfonso_vargas/archivos/GUIA%20BUENAS%20PRACTICAS%20AMBIENTALES%20TURISMO%20definitiva-Huelva-2003.pdf.
 - ANDRÉS, Ángeles de y BLANCO, Ricardo. MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES PARA EL SECTOR DEL TURISMO EN LOS ESPACIOS NATURALES DE CASTILLA Y LEÓN. Madrid: Fundación del Patrimonio Natural de Castilla y León, Fundación Biodiversidad, 2006. Disponible en: www.patrimonionatural.org.
 - GUIA DE BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL DE EMPRESAS DE TURISMO RURAL. Badajoz: Diputación de Badajoz, Fundación Biodiversidad, 2006. Disponible en: <http://www.fundacion-biodiversidad.es/fbiodiversidadweb/webdinamica/galerias/downloadarchivo.do?arclId=168>.
 - ATAURI MEZQUIDA, José Antonio; etc. *Diseño de planes de seguimiento en espacios naturales protegidos: Manual para gestores y técnicos*. Madrid: Fundación Fernando González Bernáldez, 2005. Disponible en: http://www.europarc-es.org/intranet/EUROPARC/publicado/publicaciones_Europarc-Espana/manual_2.pdf
 - HERNÁNDEZ DE LA OBRA, Joaquín; Javier GÓMEZ LIMÓN GARCÍA. *Manual sobre conceptos de uso público en los espacios naturales protegidos*. Madrid: Fundación Fernando González Bernáldez, 2005. Disponible en: http://www.europarc-es.org/intranet/EUROPARC/publicado/publicaciones_Europarc-Espana/manual_1.pdf
 - MATA OLMO, Rafael. *Integración de los espacios naturales protegidos en la ordenación del territorio*. Madrid: Fundación Fernando González Bernáldez, 2005. Disponible en: http://www.europarc-es.org/intranet/EUROPARC/publicado/publicaciones_Europarc-Espana/monografia_1.pdf
 - ORTEGA ROIG, Juanjo; etc. *Evaluación del papel que cumplen los*

equipamientos de uso público en los espacios naturales protegidos. Madrid: Fundación Fernando González Bernáldez, 2006. Disponible en: http://www.europarc-es.org/intranet/EUROPARC/publicado/publicaciones_Europarc-Espana/manual_3.pdf