

**Ministère de
l'Environnement et du
Développement Durable**
*Direction Générale de
l'Environnement et de la Qualité
de Vie*

GTZ
**Coopération Technique
Allemande**

ÉTUDE STRATEGIQUE SUR LE DEVELOPPEMENT DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

PHASE 3 : PROPOSITION D'UN PLAN D'ACTION

Version finale

Décembre 2008



Immeuble COMETE Immobilière
Avenue Hédi Karray 1082 Tunis
Mahrajène TUNISIE
Tél : (216) 71 707 800 / 71 707 900 / Fax : (216) 71 707 200
Email : dq@comete.com.tn / Site Web : www.comete.com.tn

L'équipe du projet :

- Mr. Ahmed SMAOUI
- Mme. Nassima AYADI
- Mr. Bernard MOSNIER DE ROCHECHINART
- Mr. Samir MEDDEB

ETUDE STRATEGIQUE SUR LE DEVELOPPEMENT DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE
PHASE 3 : PROPOSITION D'UN PLAN D'ACTION

INTRODUCTION : OBJECTIFS DE L'ETUDE ET PRINCIPALES CONCLUSIONS DES PRECEDENTES PHASES.....	2
1. CADRE REGLEMENTAIRE ET INSTITUTIONNEL.....	7
1.1. RAPPEL DES PRINCIPALES ORIENTATIONS STRATEGIQUES	7
<i>Objectif n°1 : Reconnaître l'écotourisme comme une activité touristique à part entière.....</i>	7
<i>Objectif n° 2 : Lever les contraintes actuelles, administratives et réglementaires, au développement des projets privés</i>	9
1.2. PRESENTATION DES ACTIONS POUR L'OBJECTIF N° 1 : RECONNAITRE L'ECOTOURISME COMME UNE ACTIVITE TOURISTIQUE A PART ENTIERE	10
1.3. PRESENTATION DES ACTIONS POUR L'OBJECTIF N° 2 : LEVER LES CONTRAINTES ACTUELLES, ADMINISTRATIVES ET REGLEMENTAIRES, AU DEVELOPPEMENT DES PROJETS PRIVES	12
1.4. ESTIMATION DES BUDGETS.....	14
2. FINANCEMENT DE L'ECOTOURISME.....	16
2.1. RAPPEL DES PRINCIPALES ORIENTATIONS STRATEGIQUES	16
<i>Objectif n° 3 : Appuyer la mise en place de moyens de financement adaptés aux projets privés d'écotourisme</i>	16
2.2. PRESENTATION DES ACTIONS POUR L'OBJECTIF N° 3 : APPUYER LA MISE EN PLACE DE MOYENS DE FINANCEMENT ADAPTES AUX PROJETS PRIVES D'ECOTOURISME.....	17
<i>Objectif n° 4 : Assurer sur les budgets publics la réalisation préalable ou concomitante des infrastructures, équipements et services publics en complément et en appui aux projets privés</i>	19
2.3. ESTIMATION DES BUDGETS	20
3. PROMOTION, COMMUNICATION ET SENSIBILISATION	21
3.1. LE MARKETING.....	21
3.1.1. <i>Rappel des principales orientations stratégiques</i>	21
3.1.2. <i>Présentation des actions.....</i>	22
3.1.3. <i>Estimation des budgets liés à la promotion.....</i>	26
3.2. LA SENSIBILISATION.....	28
3.2.1. <i>Rappel des principales orientations stratégiques</i>	28
3.2.2. <i>Présentation des actions.....</i>	28
3.2.3. <i>Estimation des budgets liés à la sensibilisation et vulgarisation.....</i>	32
4. FORMATION DES ACTEURS DE L'ECOTOURISME.....	34
4.1. RAPPEL DES PRINCIPALES ORIENTATIONS STRATEGIQUES :	34
4.2. PRESENTATION DES ACTIONS :	34
4.3. ESTIMATION DES BUDGETS LIES A LA FORMATION.....	38
5. PLAN D'ACTION POUR LA MISE EN ŒUVRE DES PROJETS ECOTOURISTIQUES.....	38
5.1. RAPPEL DES PROPOSITIONS DES MODELES D'UNITES ECOTOURISTIQUES (MUE)	38
5.2. ETAPES DE MISE EN ŒUVRE DES PROJETS ECOTOURISTIQUES.....	39
6. RECAPITULATIF DU BUDGET DE LA STRATEGIE NATIONALE DE PROMOTION DE L'ECOTOURISME	40
7. PLANNING DE LANCEMENT DE LA STRATEGIE NATIONALE DE PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE : FEUILLE DE ROUTE.....	41
ANNEXES	42
ANNEXE 1 : QUELQUES SITES A FORTES POTENTIALITES ECOTOURISTIQUES EN TUNISIE	43
ANNEXE 2 : CHARTE EUROPEENNE DU TOURISME DURABLE DANS LES ESPACES PROTEGES.....	49
ANNEXE 3 : CHARTE DE LANZAROTE.....	76
ANNEXE 4 : CLEF VERTE	81
ANNEXE 5 : GREEN GLOBE	89

Introduction : Objectifs de l'étude et principales conclusions des précédentes phases

La promotion de l'écotourisme prônée par les commanditaires de cette étude épouse les principes du développement durable. L'écotourisme est considéré comme une approche de développement d'un tourisme durable et responsable dans des régions marquées souvent par la fragilité de leurs écosystèmes et leurs organisations socio-économiques. Les objectifs visés à travers la promotion de l'écotourisme sont multiples :

- protection de l'environnement des sites abritant les projets écotouristiques
- procuration de compléments de revenus aux populations locales
- lutte contre la désertification
- diversification des produits touristiques tunisiens en proposant des produits alternatifs contribuant de manière significative à l'amélioration de l'image touristique du pays et permettant d'attirer une nouvelle clientèle.

L'écotourisme dont il est question dans le cadre de cette étude est celui qui respecte les objectifs cités, donc initié à titre individuel ou collectif par les communautés locales avec appui ou pas de partenaires étrangers aux sites (nationaux ou internationaux). Ainsi, les projets touristiques de grande envergure développés sur des sites abritant des écosystèmes fragiles ne sont pas considérés comme des projets écotouristiques et n'entrent pas de ce fait dans le périmètre de notre problématique. Ces projets là relèveraient davantage d'un tourisme dit « tourisme nature » lointain de l'écotourisme retenu car la minimisation des impacts sur l'environnement suppose un taux de fréquentation réduit.

La réalisation de cette mission a été scindée en trois phases successives :

Phase 1 : analyse du potentiel écotouristique de la Tunisie et de quelques expériences étrangères

Phase 2 : proposition d'orientations stratégiques pour développer l'écotourisme et de quelques modèles d'unités écotouristiques viables et bénéfiques sur les plans socio-économique et environnemental

Phase 3 : proposition d'un plan d'action pour rendre opérationnelles les propositions stratégiques

A. La première phase de l'étude, intitulée diagnostic de l'écotourisme en Tunisie, a été menée grâce à des enquêtes et des entretiens avec certains porteurs de projets écotouristiques, et des représentants des administrations en charge de la promotion de ce segment touristique. Une recherche bibliographique a également été réalisée sur le concept de l'écotourisme et de ses pratiques dans le monde. Les analyses et conclusions de cette phase ont été présentées en cinq chapitres :

A1. L'écotourisme : concept et mode de contribution à la protection de l'environnement et à la promotion du développement durable

L'une des premières étapes de la mission a été de préciser le cadre méthodologique adopté et de se positionner en raison de la multitude des courants et des tendances usant abusivement du concept de l'écotourisme afin de cibler le maximum de clientèles. Ainsi, le concept de l'écotourisme retenu est celui qui favorise la conservation des ressources naturelles pour les générations futures en contribuant à l'amélioration des conditions et qualité de vie des populations locales. L'écotourisme est une approche de développement local et durable, intégrant le social, l'environnemental et l'économique, maîtrisé par et pour les communautés hôtes. Quatre principes fondent l'écotourisme:

- Valorisation de la conservation et de la protection de l'environnement
- Contribution équitable au développement économique et social
- Prise en compte des besoins des communautés hôtes
- Promotion d'une expression touristique responsable

A2. Analyse des potentialités écotouristiques de la Tunisie

Le développement de l'écotourisme en Tunisie s'impose car le pays dispose d'un capital naturel fragile et limité, soumis à de fortes pressions dans l'objectif de satisfaire les besoins de la population en croissance et de plus en plus consommatrice de ressources naturelles. Il se justifie également par le fait qu'il permettra au tourisme tunisien de se positionner sur les segments haut de gamme, à haute valeur ajoutée et de rehausser l'image quelque peu terne (tourisme de masse) dont il jouit aujourd'hui.

L'inventaire et l'analyse des potentialités écotouristiques du pays ont permis de relever les efforts consentis pour promouvoir l'écotourisme notamment par le biais d'études et d'aménagement de quelques circuits écotouristiques et sites naturels. Les principales caractéristiques relevées sont :

A2.1 Existence d'un potentiel naturel avéré : une soixantaine de sites à fortes potentialités écotouristiques ont été identifiés et répondant aux critères de développement durable (propension à lutter contre la désertification, à impliquer les populations locales et à contribuer à leur développement socio-économique). La diversité des ressources de ces sites offre des possibilités d'activités très diversifiées (observation de la nature, randonnées et activités sportives, agritourisme, arts et traditions populaires) (voir annexe 1).

A2.2. Pépinière d'initiatives individuelles et collectives : le niveau de sensibilisation des acteurs au processus écotouristique est variable d'une catégorie d'acteurs à une autre. Deux catégories ont été identifiées : l'une est représentée par les associations nationales et internationales d'appui au développement. L'écotourisme y est perçu comme une activité annexe pouvant d'une part, générer des revenus complémentaires aux communautés locales, et d'autre part, réduire le recours aux ressources naturelles limitées. La viabilité de ces démarches est néanmoins tributaire de l'adhésion des populations locales au processus, or celle-ci fait quelque fois défaut.

L'autre catégorie d'acteurs regroupe les promoteurs privés, qui sont souvent au fait des exigences du marché, qui croient en leurs projets même si ces derniers ne sont pas encore intégrés dans une démarche de développement local, en ce sens qu'ils n'associent pas toujours les populations locales dans le processus écotouristique.

A2.3. Barrières culturelles et absence de consensus :

La divergence des niveaux de sensibilisation des différents acteurs intervenant actuellement dans la conception, la validation, la mise en œuvre et l'exploitation des projets écotouristiques entrave la réussite de l'écotourisme car celui-ci est un processus collectif nécessitant à chaque étape une concertation et un consensus, supposant un même niveau de compréhension de l'activité et de ses exigences.

A2.4. Peu d'efforts de promotion et méconnaissance des marchés : Souvent, la conception des projets écotouristiques ne tient pas compte des exigences des marchés et des besoins des clientèles. Des efforts sont à faire en matière d'adaptation des produits et services offerts aux standards de qualité requis sont à faire. Les principales lacunes de l'offre écotouristique nationale :

- insuffisance et inadéquation des infrastructures et des aménagements
- insuffisance des enrichissements intellectuels proposés en raison de l'absence de guides qualifiés
- faible valorisation des produits des terroirs
- faible proximité entre les écotouristes et les populations locales pour un meilleur partage des cultures

A3. Organisation du secteur et dispositifs institutionnels et incitatifs

L'écotourisme n'étant pas considéré comme une activité touristique à part entière, il se caractérise en plus par l'absence de cadre réglementaire propre ce qui génère des difficultés de taille pour les initiateurs des projets écotouristiques. Les contraintes majeures relevées se résument à : certaines professions liées à ce segment touristique ne sont pas reconnues ; les projets écotouristiques sont privés des avantages en matière de primes, de subventions, de fiscalité et de régime douanier octroyés aux autres activités touristiques; plusieurs administrations interviennent à différents maillons de la chaîne écotouristique sans réelles concertation et coordination pénalisant ainsi l'aboutissement de certaines initiatives écotouristiques (difficultés d'exercice et d'obtention d'agrément) ; difficultés de financement du fait de l'insuffisance des garanties exigées par les banques....

A4. Analyse de la demande écotouristique nationale et internationale

Grâce à l'exploitation des études réalisées par l'OMT sur quelques marchés émetteurs d'écotouristes, à l'exploitation d'informations collectées de différentes sources, et à une enquête exploratoire réalisée auprès d'une clientèle nationale et internationale nous avons pu cerner le profil des écotouristes, leurs motivations, leurs attentes et surtout les facteurs déterminants le choix de leur destination. Il est apparu à l'issue de cette analyse que des opportunités non négligeables se présentent à la Tunisie sous réserve qu'elle sache proposer des services adaptés et attractifs. En effet, l'expansion du marché de l'écotourisme est la plus importante de tous les segments touristiques (10% contre 4% pour le tourisme classique).

A5. Expériences écotouristiques étrangères

La stratégie de développement de l'écotourisme est propre à chaque pays car elle dépend fortement de la structure du tissu socio-économique du pays et de ses ressources naturelles. Nous avons, néanmoins, dans le cadre de cette phase, analysé deux cas étrangers, France et Maroc afin de tirer les enseignements utiles à la proposition de la politique nationale de promotion de l'écotourisme. Les faits significatifs dans les deux pays sont :

- Les initiatives écotouristiques naissent le plus souvent chez les promoteurs, les associations locales... elles sont ensuite encadrées et encouragées par les structures régionales. Les projets écotouristiques, notamment en France, sont des projets de territoire, où les populations locales sont parties prenantes dans la conception même des projets et ceci grâce à une bonne gouvernance territoriale.
- Les projets écotouristiques sont soutenus, notamment en France, par un tissu associatif dense, riche et dynamique. Mais encore par un cadre institutionnel incitatif (subventions et réduction d'impôts)...
- La politique qualité est privilégiée aussi bien au Maroc qu'en France. En France, la qualité concerne aussi bien la gestion des parcs nationaux (label « Grand site de France ») que les infrastructures d'hébergement
- Multiplication des actions de vulgarisation, sensibilisation et de formation. Multiplication aussi des supports et moyens promotionnels. Au Maroc, la coopération internationale est mise à contribution dans le développement de l'écotourisme et le tourisme rural. Les TO marocains, pour une meilleure efficacité, n'hésitent pas à établir des partenariats avec leurs homologues étrangers pour commercialiser les destinations régionales marocaines.

B. La deuxième phase de l'étude a porté sur la proposition d'orientations stratégiques structurant une politique nationale de promotion de l'écotourisme. Celle-ci se décline en mesures d'ordre macro-économique et microéconomique :

Les premières mesures concernent le cadre réglementaire et institutionnel (y compris le financement de l'écotourisme). Elles s'appuient sur quatre axes majeurs :

- Reconnaître de l'écotourisme comme une activité touristique à part entière
- Lever les contraintes administratives et réglementaires au développement aux projets écotouristiques
- Appuyer la mise en place de moyens de financement adaptés aux projets privés d'écotourisme
- Assurer sur les budgets publics la réalisation en temps voulu des infrastructures, équipements et services publics en complément et en appui aux projets privés

Des mesures d'accompagnement se rapportant à la vulgarisation, sensibilisation et formation, et promotion ont également été proposées.

Dans un second temps, des projets écotouristiques ont été proposés comme modèles pour tout projet écotouristique se développant dans des conditions naturelles et socio-économiques identiques. Six modèles d'Unités écotouristiques (MUE) ont été proposés (1. Découverte de la nature/Ornithologie et botanique : cas du parc national d'Ichkeul ; 2. Découverte de la nature dans le sud : cas des oasis de montagne ; 3. Découverte du milieu marin : cas de l'Archipel de Kerkennah ; 4. Randonnée, trekking, spéléologie : cas de Zaghouan ; 5. Tourisme rural : cas de l'agritourisme à Hazoua ; 6. Villages et traditions : cas des ksours et jessours de béni Kheddache).

Pour chaque MUE, nous avons présenté un ensemble d'activités combiné à des services (hébergement, restauration, loisirs, information...), estimé les impacts sur les populations locales en terme de création d'emplois, et proposé la gestion environnementale requise et les conditions de faisabilité financière.

C. Cette troisième phase se propose de fournir les principales actions à mettre en œuvre afin de permettre l'essor de l'écotourisme en Tunisie. Ce plan d'action comprend les étapes de mise en œuvre de la stratégie, les tâches et les responsabilités des partenaires impliqués, la prise en compte de l'horizon temporel, et enfin l'estimation des budgets. Certaines actions sont plus urgentes que d'autres (ou préalables), c'est pourquoi nous avons proposé un planning de réalisation des actions par ordre de priorité (feuille de route) :

1. Validation et adoption des propositions de l'étude
2. Préparation d'une note pour le CIM (Conseil Inter Ministériel) afin de porter le projet à la connaissance du gouvernement et pour réellement impulser le processus
3. Prise des mesures législatives et réglementaires nécessaires pour créer le cadre propice, dont :
4. Mise en place d'une structure opérationnelle type « Famex » pour la gestion du développement de l'écotourisme en Tunisie
5. Assurer la participation effective de tous les ministères impliqués dans le développement de l'écotourisme (rôle de la structure type « Famex »)
6. Recensement des projets en cours et résolution de leurs problèmes ; mise en avant des « success stories » au niveau national
7. Organisation de consultations régionales : rôle facilitateur et promotionnel (sensibilisation).

1. Cadre réglementaire et institutionnel

1.1. Rappel des principales orientations stratégiques

Des orientations stratégiques relatives au cadre réglementaire et institutionnel ont été proposées, elles visent deux grands objectifs :

Objectif n°1 : Reconnaître l'écotourisme comme une activité touristique à part entière

Quatre actions ciblées contribueront à cet objectif :

- Introduction dans la législation portant procédures d'agrément des projets touristiques les projets « écotouristiques ».
- Organisation de consultations régionales ouvertes pour recueillir l'avis des populations locales, leurs idées, leurs suggestions et arriver à redéfinir de manière précise les potentiels régionaux. De part, leur taille et la nature même des projets écotouristiques et afin de leur assurer l'intégration possible auprès des populations locales, c'est au niveau régional que doivent être précisées, développées et mûries toutes les idées de projets. Dans ce contexte, le rôle des associations en charge du développement local et de la protection de l'environnement sera déterminant non comme opérateur mais comme partenaire et conseil. Enfin, le rôle des autorités régionales (Gouverneurs, Maires) est fondamental dans ce processus afin de lever toutes les entraves pouvant être rencontrées aux niveaux local et central et de donner la crédibilité nécessaire.
- Mise en place au sein de l'administration du tourisme d'un service chargé, en collaboration avec les directions et services des deux autres ministères impliqués au premier plan dans la stratégie (MEDD, MARH), de l'identification des potentiels et de leurs priorités de développement, ainsi que de l'agrément des projets
- Création au sein de la Fédération Tunisienne de l'Hôtellerie (FTH) d'une structure qui aura pour objectifs d'encadrer les promoteurs et de défendre leurs intérêts
- Elaboration d'une procédure de certification (avec label éventuel) de la conformité des projets d'écotourisme avec les objectifs nationaux : préservation et mise en valeur des ressources naturelles, création de revenus et d'emplois pour les populations locales et rurales.
- Mise en place d'une structure qui va se charger de promouvoir le tourisme écologique en Tunisie, la promotion ayant ici le sens de susciter et faciliter les initiatives des futurs opérateurs tunisiens, et non de faire la promotion de ces produits nouveaux auprès de la clientèle étrangère et locale. Il s'agit de mettre en place une structure analogue à la cellule de gestion du Famex. Elle peut permettre aussi de répondre à trois problématiques :
 - éviter un processus artificiel et administratif de développement « top-down » ;

- assurer la participation effective de tous les ministères impliqués (tourisme, environnement, agriculture, intérieur et développement local, culture, patrimoine, collectivités locales,...) à la promotion du tourisme écologique ;
- ne pas court-circuiter les instances naturellement et légalement chargées de distribuer, dans la phase de réalisation des projets, les autorisations, les crédits, les subventions, et d'en assurer le contrôle, le suivi et l'évaluation.

Son rôle serait de Son rôle serait :

- de mettre en valeur les quelques « success stories » déjà constatées lors d'une campagne nationale de vulgarisation sur ce qu'est le tourisme écologique et son intérêt
- d'organiser avec les Conseils de gouvernorat les concertations régionales pour recueillir le maximum d'idées sur les initiatives locales possibles et d'en tirer des programmes de développement régionaux, avec les implications sur d'autres ministères (équipement, patrimoine, culture,...)
- de recueillir les intentions de projet manifestées par des privés, de les analyser, de les réorienter et compléter éventuellement et d'assurer à ces promoteurs potentiels un conseil et une assistance technique
- de gérer l'attribution des fonds mobilisés au titre du FOSDEC (fonds spécial de développement du tourisme écologique) en complément aux financements déjà disponibles et prévus par les réglementations en vigueur.

Par la suite, une fois un projet reconnu comme répondant bien aux critères du tourisme écologique (ces critères ayant été auparavant définis et entérinés en commission interministérielle), le rôle de cette structure sera simplement de recommander les appuis, les aides, les subventions permettant la réussite du projet et de laisser les autres intervenants, dans leur activité normale, en assurer la réalisation : 21-21, 26-26, primes de développement régional du tourisme, etc., et de compléter éventuellement ces ressources par un appoint du FOSDEC.

Bien entendu, cela suppose au préalable l'aménagement des lois et réglementations et des systèmes de primes, tel que proposé dans le rapport.

Cette structure aura aussi pour rôle d'évaluer les chances et risques du projet et d'établir des bilans réguliers pour montrer les impacts positifs sur l'environnement, les retombées économiques, sociales et financières et justifier ainsi les fonds engagés par les pouvoirs publics, directement ou via des aides extérieures : taux de réussite, retours sur investissements, durabilité des emplois créés, etc.

Ses représentants seront associés d'office aux réunions des commissions des Conseils régionaux chargées d'examiner les projets et programmes de tourisme écologique et de proposer aux services régionaux des programmes d'investissement public nécessaires à la réussite des ces programmes et projets (pistes, systèmes de sécurité, balisages, etc.).

Objectif n° 2 : Lever les contraintes actuelles, administratives et réglementaires, au développement des projets privés

Les réformes à adopter pour cet objectif portent sur les droits d'usage de sites et de locaux :

- étendre au maximum possible de parcs nationaux et réserves naturelles la constitution de plans de gestion permettant, d'après la loi sur les concessions, d'ouvrir largement au secteur privé la gestion des équipements publics dans ces sites et la création de moyens d'accueil de la clientèle.
- revoir de manière officielle (et non, comme aujourd'hui, au coup par coup) la règle de réservation à de stricts usages de production agricole des bâtiments de ferme et permettre aux possesseurs de terres agricoles de construire des bâtiments à usage d'hébergement touristique (gîtes ruraux, hôtels de charme), en plus ou conjointement à des bâtiments d'exploitation agricole car l'écotourisme est souvent exercé en complément à l'Agriculture.

1.2. Présentation des actions pour l'objectif n° 1 : Reconnaître l'écotourisme comme une activité touristique à part entière

Actions (Contenu)	Horizon temporel	Comment?	Parties prenantes
1. A Constituer une Commission interministérielle chargée d'examiner et d'approuver les stratégies régionales de développement de l'écotourisme et les programmes et projets y afférents	Court terme (CT)	Décret portant création, composition et modes de fonctionnement	Ministères chargés du tourisme, du développement régional, de l'environnement, de l'agriculture, de l'intérieur, de la culture, de la santé, du domaine de l'Etat (au moins)
1. B Introduire dans la législation portant procédures d'agrément des projets touristiques les projets « écotouristiques »	Court terme (CT)	<p>Compléter la liste des activités touristiques (initialement, dans la loi 90-21, art. 3 : hébergement, animation, transport touristique ; complétée ensuite (décret 94-0492 du 28-02-1994) par : thermalisme, tourisme de congrès, sociétés d'hébergement et d'animation, agences de voyages ; puis augmentée par : nautisme, plaisance, terrains de golf) par la liste suivante :</p> <ul style="list-style-type: none"> • «tourisme rural • randonnées pédestres et montées (spéléologie, plongée sous marine) • tourisme de découverte, d'exploration et d'observation de la nature • tourisme de découverte des arts et traditions régionales » 	<p>Ministère du tourisme</p> <p>Ministère du développement et de la coopération internationale</p> <p>Décrets d'application du CII</p>
1. C Mise en place d'une structure en charge de la promotion de l'écotourisme	Court terme	Arrêté comportant création et modes de fonctionnement. Il s'agit d'une entité autonome - techniquement et budgétairement (à financer par la coopération multinationale ou bilatérale, ou non gouvernementale, avec appoint éventuel du budget public), relevant	Ministère du Tourisme

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

		administrativement du ministère du Tourisme, mais capable, par son staff permanent de fonctionnaires détachés, d'effectif limité (4 à 5 personnes), comme par l'emploi de consultants à plein temps ou à durée limitée, de mobiliser toutes les compétences requises (experts en tourisme, en forêts, en ressources naturelles et en environnement,...)	
1. D Organisation de consultations régionales pour recueillir l'avis des populations locales, leurs idées, leurs suggestions et arriver à redéfinir de manière précise les potentiels régionaux.	Court terme (1 an)	Première tranche de régions prioritaires (Bizerte, Jendouba, Le Kef, Béja, Siliana, Zaghouan, Kasserine, Tozeur)	Office du tourisme, MICL (gouverneurs et Maires) MEDD, MARH ; Associations de développement
	Moyen terme (année 2)	Deuxième tranche de régions (Nabeul, Kébili, Gafsa, Tataouine, Médenine, Gabès)	-id-
	Long terme (année 3 +)	Troisième tranche (Sfax - Kerkennah, Kairouan, Sidi Bouzid, éventuellement les 7 gouvernorats « urbains » du Grand Tunis et du Sahel)	-id-
1.E Mise en place à l'ONTT d'un service type « guichet unique » pour l'examen et l'agrément des projets	Court terme (1 an)	Vérification, en accord avec les deux autres ministères, du caractère écotouristique des projets soumis Conseils, appuis administratifs, agrément, puis suivi, contrôle de la mise en œuvre et évaluation	Office du tourisme, MEDD, MARH
	Moyen et Long termes	Régionalisation progressive de cette activité Formation des responsables locaux	Commissariats régionaux de l'ONTT, conseils de gouvernorat, CRDA, représentations du MEDD
1.F Création au sein de la FTH d'une structure pour	C. Terme	Elle se chargera de :	FTH

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

l'écotourisme		<ul style="list-style-type: none"> - encadrer les promoteurs dans leur démarche - défendre leurs intérêts - plus généralement, de s'occuper de l'écotourisme (notamment au niveau promotionnel et institutionnel) 	
1.G Élaboration d'une procédure de certification en vue de labels	Moyen terme	Rédaction de chartes d'engagement et approbation des cahiers des charges	ONTT , MEDD, MARH, associations volontaires d'opérateurs de l'écotourisme

1. 3.Présentation des actions pour l'objectif n° 2 : Lever les contraintes actuelles, administratives et réglementaires, au développement des projets privés

Actions (Contenu)	Horizon temporel	Comment?	Parties prenantes
2.A Élaboration de plans de gestion des parcs naturels et rédaction des cahiers des charges de leur concession	Court terme (1 an)	Parcs prioritaires <ul style="list-style-type: none"> • El-Feidja (existent déjà) • Ichkeul • Bou Hedma • Jebil • Jebel Zaghouan 	DGF (parcs naturels) CRDA Jendouba, Bizerte, Sidi Bouzid, Tataouine, Zaghouan
	Moyen terme (2 à 3ans)	Autres parcs <ul style="list-style-type: none"> • Chambi 	CRDA de Kasserine, Siliana

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

		<ul style="list-style-type: none"> • Sidi Toui • Jebel Orbata • [Boukornine] • [Zembra : existence d'un projet d'aménagement touristique privé] 	
<p>2.B Revoir les textes sur la protection et l'affectation des terres agricoles : La loi 96-104 et l'arrêté conjoint (agriculture, équipement) du 21-10-1995 limitent les constructions sur les terres agricoles de plus de 1 hectare aux seuls bâtiments de ferme, d'habitation personnelle et de logement des ouvriers, avec des limites à 10 % de la superficie et 1 500 mètres carrés couverts au total.</p>	<p>Court terme (1 an)</p>	<p>Mais l'article 5 précise que d'autres usages sont permis après autorisation préalable du ministre de l'agriculture.</p> <p>Publier par arrêté, voire par décret, que l'autorisation préalable du ministre de l'agriculture peut porter aussi bien « sur de nouvelles constructions » que sur « l'affectation à d'autres usages que la production agricole de bâtiments existants », sous réserve que le promoteur justifie que ce projet non agricole n'est pas de nature à altérer ni la qualité ni la quantité de la production des terres.</p> <p>Le même texte pourrait se référer explicitement à l'hébergement, la restauration et l'animation pour le tourisme rural, aux haltes et stations d'élevage des randonnées montées.</p>	<p>MARH, MEHAT</p>

1.4. Estimation des budgets

Actions proposées	Actions sans coût	Actions à faibles coûts imputables au budget ordinaire	Actions nécessitant des budgets spécifiques
1. Objectif 1			
1.A Création de la Commission interministérielle de l'écotourisme	1.A		
1.B Introduire dans la législation portant procédures d'agrément des projets touristiques les projets « écotouristiques	1.B		
1.C Mise en place d'une structure en charge de la promotion de l'écotourisme	1.C		
1.D Organisation de consultations régionales		1.D année 1 : 8 x 10 000 = 80 000 D Année 2 : 60 000 D Année 3 : 40 000 D +	1.D : Brochures 100 à 200 000 D (5 à 10 x 10 000 ex)
1.E Mise en place à l'ONTT d'un service type « guichet unique » pour l'examen et l'agrément des projets	1.E (création)	1.E (installation au niveau central) : 20 000 D	1.E Régionalisation et formation : 140 000 D
1.F Création au sein de la FTH d'une	1.F.		

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

structure pour l'écotourisme			
1.G. Élaboration d'une procédure de certification en vue de labels	1.G	200 à 220 000 TND	240 à 340 000 TND
Total 1			
2. Objectif 2			
2.A. Élaboration de plans de gestion des parcs naturels et rédaction des cahiers des charges de leur concession			2.A CT : 120 000 D (4)
2.B. Revoir les textes sur la protection et l'affectation des terres agricoles	2.B		MT : 90 000 D (3) + frais additionnels de fonctionnement des services régionaux des parcs
Total 2			210 000 D
Total général		200 à 220 000 D	450 à 550 000 D

2. Financement de l'écotourisme

2.1. Rappel des principales orientations stratégiques

Deux autres axes stratégiques relevant du cadre institutionnel et réglementaire mais concernant le financement de l'écotourisme en Tunisie ont été proposés, les actions prioritaires à mettre en place sont :

Objectif n° 3 : Appuyer la mise en place de moyens de financement adaptés aux projets privés d'écotourisme

Comme le montre l'analyse financière de quelques modèles d'unités d'écotourisme donnée dans le rapport de phase 2, les dispositifs actuels permettent le financement de pratiquement tous les différents composants d'un projet d'écotourisme ; cependant, les aides et subventions sont encore limitées par certaines règles qu'il conviendrait d'assouplir :

- limitation à 10 lits au minimum des unités d'hébergement pouvant bénéficier des primes touristiques au lieu de 40
- extension au secteur du tourisme des financements de la Banque de Financement des Petites et Moyennes Entreprises (BFPME)
- assouplissement de certains critères assez limitatifs d'accès de privés (à titre personnel) aux financements de la BTS et du fonds de l'emploi 21-21
- accès des projets d'écotourisme aux aides au développement régional préférentiel, avec révision de la liste des délégations bénéficiant des taux de 25 % et de 30 % pour les nouveaux promoteurs
- création d'un fonds spécial dédié à l'écotourisme : FOSDEC (Fonds Spécial de Développement de l'Écotourisme). Une étude complémentaire devrait étayer sa justification, ses ressources ainsi que ses procédures de fonctionnement.

2. 2. Présentation des actions pour l'objectif n° 3 : Appuyer la mise en place de moyens de financement adaptés aux projets privés d'écotourisme

Actions (Contenu)	Horizon temporel	Comment?	Parties prenantes
3.A Seuil de 10 lits au lieu de 40 lits minimum des hébergements éligibles aux primes touristiques pour les nouveaux promoteurs	Court terme (CT)	En plus de « 40 à 200 lits », ajouter « 10 à 40 lits » avec plafond de 1 MD au lieu de 5 MD. Prime portée à 15 % au lieu de 6 %.	Tourisme
3.B Extension au tourisme (hébergement de petite taille et animation) des financements de la BFPME	Court terme (CT)	Modification du statut de la banque	BFPME ; ministère des finances
3.C Assouplissement des critères d'accès à la BTS et au Fonds de l'emploi	Court terme (CT)	Le critère minimum du « certificat d'aptitude professionnelle » doit être assoupli, dans la mesure où les métiers visés ne font pas l'objet, pour le moment, de formations professionnelles spécifiques (les guides)	BTS ; Fonds 21-21
3.D Accès des projets d'écotourisme aux primes de développement régional	Court terme (CT)	Ajouter à « hébergement, animation et thermalisme » les projets cités plus haut au titre de l'écotourisme. Porter la prime à 15 % au lieu de 8 % . Aux activités de loisirs éligibles (Parcs de loisirs pour la famille et l'enfant - Centres de résidence et de camping - Parcs de loisirs) au titre du développement régional sont ajoutées les activités d'écotourisme. Cf. (Décret n°94-539 du 10 Mars 1994 tel que modifié par le décret n°99-486 du 1er Mars 1999 - décret n° 2002-1363 du 11 juin 2002) Ceci touchera les avantages financiers et les avantages fiscaux. Les délégations de Zaghouan et Bir M'chergua devraient passer au	Ministère du développement

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

		<p>moins du premier au deuxième groupe des zones de développement régional.</p> <p>Plusieurs délégations appartenant au deuxième groupe devraient, pour les activités d'écotourisme, passer en zone de développement prioritaire (25% au lieu de 15 %) : exemples non limitatifs de Téboursouk, Thibar, Testour</p>	
<p>3.E Création d'un fonds spécial pour l'écotourisme (FOSDEC)</p>	<p>Moyen terme</p>	<p>Prévoir une estimation globale des projets potentiels, après les premières consultations, puis des potentiels d'autofinancement, de primes et de crédits pour déterminer le solde nécessaire à apporter par le FOSDEC</p> <p><u>Les ressources et gestion du FOSDEC :</u></p> <p>Le fonds pourrait être alimenté par des dons ou des prêts à des conditions avantageuses. Il conviendrait de fusionner les ressources garanties dans le FOSDEC et de contribuer partiellement au financement de projets privés.</p> <p>La gestion du FOSDEC pourrait être assurée par une banque, la BNA est recommandée, grâce à son réseau de proximité et sa présence dans le milieu rural</p> <p><u>Conditions d'éligibilité au FOSDEC :</u></p> <p>Tout projet écotouristique agréé par l'ONTT peut prétendre à bénéficier des financements attribués dans le cadre du FOSDEC avec bien évidemment un plafond (à définir). Néanmoins, les projets et/ou leurs porteurs (promoteurs) doivent remplir certaines conditions :</p> <ul style="list-style-type: none"> - personnes physiques de nationalité tunisienne, regroupées ou non en société (GIE) et qui justifient d'un apport minimum (à définir) ; - investissement répondant aux normes établies pour le respect de l'environnement ; - projet justifiant la création de l'emploi au niveau local et prévoyant la formation du personnel non spécialisé ; - projet ayant obtenu l'accord de principe de l'ONTT. 	<p>Ministère des finances</p> <p>Ministère du tourisme</p>

Objectif n° 4 : Assurer sur les budgets publics la réalisation préalable ou concomitante des infrastructures, équipements et services publics en complément et en appui aux projets privés

Le bon fonctionnement d'un projet d'écotourisme passe la plupart du temps par l'utilisation d'espaces et d'équipements publics (voir le chapitre 2 et les quelques modèles analysés) qui ne sauraient être financés par le privé, car de nature publique ; en fonction de chaque projet identifié comme intéressant dans l'écotourisme, il faudra que les budgets des différents ministères et agences publiques puissent, à temps, financer la réalisation :

- des aménagements de routes et pistes (Équipement, Agriculture)
- des centres de documentation, d'accueil, d'écomusées, ... supports des activités de découverte (Environnement, Patrimoine, Agriculture, Forêts,...).

Le détail des actions (investissements en routes et pistes, aménagements de forêts, etc.) dépendra très largement des projets et de leur localisation. Il n'est pas possible à l'heure actuelle de les identifier de manière détaillée, de les planifier ni d'en évaluer les coûts. Mais il est essentiel que, lors des consultations régionales proposées, des représentants qualifiés des ministères impliqués soient présents et puissent apprécier ce que les promoteurs potentiels vont devoir obtenir en accompagnement de leurs investissements propres.

Par ailleurs, il convient de veiller à ce que ces aménagements soient compatibles avec le processus écotouristique en intégrant les soucis de protection de l'environnement. Pour ce faire, il convient de contraindre les projets d'aménagement à des études d'impact.

2.3. Estimation des budgets

Actions à financer	Actions sans coûts *	Actions à coûts modestes	Actions nécessitant un budget spécifique
<p>Financement</p> <p>3.A Seuil de 10 lits au lieu de 40 lits minimum des hébergements éligibles aux primes touristiques pour les nouveaux promoteurs</p> <p>3.B Extension au tourisme (hébergement de petite taille et animation) des financements de la BFPME</p> <p>3.C Assouplissement des critères d'accès à la BTS et au Fonds de l'emploi</p> <p>3.D Accès des projets d'écotourisme aux primes de développement régional</p> <p>3.E Création d'un fonds spécial pour l'écotourisme (FOSDEC)</p>	<p>3.A</p> <p>3.B</p> <p>3.C</p> <p>3.D</p>		<p>3. E À évaluer après estimation des besoins et des aides déjà possibles sur les autres fonds existants</p>
Total Général			

* : les coûts induits (subventions, primes) sont des coûts liés aux réalisations et donc non évaluables *a priori* ; la mise en œuvre des mesures au sein des organismes spécialisés chargés d'accorder ces aides est sans coût.

3. Promotion, communication et sensibilisation

La stratégie promotionnelle dédiée à l'écotourisme se doit d'être multiforme, porteuse de divers messages et en même temps ciblée. Elle impliquerait ainsi plusieurs opérateurs et acteurs appartenant aussi bien à l'administration qu'à la profession et la communauté locale et nationale. Sa réussite suppose de ce fait, la mise en place d'un plan d'actions où tous les efforts seront sollicités de manière concertée.

La promotion de l'écotourisme revêt deux aspects : l'un concerne la communication continue autour du concept de l'écotourisme, de ses principes et de ses objectifs dans le but de sensibiliser les clientèles potentielles et les écotouristes, les promoteurs, les populations locales et l'administration aux codes et pratiques écotouristiques respectueuses de l'environnement naturel et culturel des régions et sites visités ; l'autre vise le positionnement des produits et services écotouristiques sur les marchés nationaux et internationaux. Ce second volet s'adresse essentiellement aux écotouristes dans le cadre d'un plan marketing. Nous examinerons dans ce qui suit les actions prioritaires à mettre en place pour rendre opérationnelles les orientations stratégiques proposées dans la précédente phase.

3.1. Le marketing

3.1.1. Rappel des principales orientations stratégiques

Les profils des écotouristes aussi variés soient-ils présentent des similitudes en termes d'attentes et d'exigences. D'après les études réalisées par l'OMT et l'enquête exploratoire menée dans le cadre de cette étude (phase 1), la principale motivation des écotouristes est la découverte de paysages et de sites naturels, et le contact avec les populations locales pour s'imprégner de leurs valeurs sociales et culturelles. Leur souhait est de participer au cours de leur voyage à un processus de développement durable ayant des impacts positifs sur les plans social, économique et environnemental.

Les écotouristes jouissent d'un niveau de vie élevé, ils consacrent par conséquent des budgets importants à leurs séjours écotouristiques mais ils sont avisés et très exigeants sur la qualité de l'environnement des lieux qu'ils visitent et des services qu'ils reçoivent. Ils sont avides d'informations sur les composantes de leurs séjours.

Au regard de ces éléments, des orientations stratégiques ont été proposées précédemment et ceci afin de cibler et d'attirer le plus grand nombre d'écotouristes dans le but de pouvoir rentabiliser les investissements qui sont ou seront engagés par les promoteurs, et de générer des revenus complémentaires aux populations hôtes. Parmi ces orientations, nous citons :

- Promouvoir l'image des régions plutôt que celle du pays :
- Communiquer autour de la diversité des paysages et des cultures locales :
- Diversifier les messages en fonction de la clientèle ciblée
- Diversifier les supports de communication
- Mutualiser les efforts d'acteurs et d'opérateurs pluridisciplinaires et de sensibilités diverses

3.1.2. Présentation des actions

La stratégie promotionnelle à mettre en œuvre est une stratégie de Teasing et d'incitation, elle aura pour objectifs de susciter l'intérêt et la découverte et de générer la demande. Les actions prioritaires à mettre en œuvre dans le cadre de la stratégie promotionnelle relèvent de deux niveaux :

Un niveau national : Institutions

Il s'agit d'actions relevant des structures centrales comme l'ONTT, le MEDD et le MARH. Elles ont pour rôle d'informer, de valoriser le patrimoine national, de souligner les spécificités et l'universalité, et de se positionner à l'échelle internationale. L'implication des institutions administratives en tant que partie prenante de la promotion commerciale de l'écotourisme est capitale car certaines actions dépassent le périmètre d'intervention des acteurs locaux et des promoteurs, il en est ainsi de :

- a. Faire l'inventaire de toutes les expériences écotouristiques
- b. Concevoir et animer un portail web dédié à l'écotourisme en Tunisie, qui sera référencé dans les sites spécialisés connus et reconnus
- c. Constituer des dossiers de presse pour une communication à l'échelle nationale et internationale autour des régions et des terroirs et communiquer autour des efforts en matière de protection de l'environnement, de la richesse naturelle du pays et de la politique de développement durable
- d. Accompagner les entreprises écotouristiques dans la démarche de certification et de labellisation

Un niveau local : les opérateurs

Les produits écotouristiques constituent une mosaïque de services et de produits subsidiaires offerts par une multitude d'opérateurs appartenant à une région ou localité. Ces opérateurs sont appelés à se concerter pour établir les programmes de communication et de promotion. Il s'agit pour les opérateurs d'exploiter l'intérêt soulevé par Internet et le bouche à oreille.

La promotion de l'écotourisme suppose diverses actions, dont :

- e. Communiquer et construire les messages promotionnels autour des richesses locales via des sites Internet, reportages télé, radio, participation aux foires et salons spécialisés, l'accueil de journalistes nationaux et étrangers, diffusion d'une documentation (brochures...).
- f. Adhérer à des chartes internationales de développement durable
- g. Etablir des partenariats avec les agences de voyages tunisiennes
- h. Etablir des conventions avec les TO étrangers, spécialisés
- i. Mettre en place des labels pour signaler la qualité (qui doit être effective) des produits et des services

Chacune de ces actions nécessite des démarches, des supports et des horizons temporels spécifiques :

Actions : Niveau national : Institutions

Actions (Contenu)	Horizon temporel	Comment?	Parties prenantes
a. Faire l'inventaire de toutes les expériences écotouristiques	Court terme (CT) et systématiquement	Chaque région doit disposer d'un sommaire des projets écotouristiques agréés et de constituer un guide pratique. Le service de l'ONTT qui sera dédié à l'écotourisme se chargera de centraliser l'information	ONTT Commissariats Régionaux au Tourisme Les structures locales : mairies, Imadas, Conseils villageois....
b. Concevoir et animer un portail web dédié à l'écotourisme en Tunisie	Court terme	Un portail exhaustif, en Français, Anglais et en Arabe présentant toutes les ressources et compétences nationales, régionales et locales en matière d'écotourisme, dont: - Richesse et diversité - Opérateurs : programmes et tarifs de leurs produits - Agences de voyages spécialisées - TO spécialisés	ONTT MEDD DGF Promoteurs Collectivités locales, associations de développement Toutes les parties prenantes
c. Constituer des dossiers de presse pour chaque région et/terroir écotouristique et communiquer autour des efforts en matière de protection de l'environnement, de la richesse naturelle du pays et de la politique de développement durable	C, M & L termes	Brochures illustrant des cas concrets ; articles dans catalogues internationaux spécialisés Participation à des foires, séminaires et manifestations internationales spécialisées Campagnes de presse, télévision et de radio par des animateurs spécialisés ; affichage dans les aéroports Actualisation du portail web	ONTT/Commissariats Régionaux au Tourisme MEDD MARH Experts en marketing responsable Journalistes spécialisés

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

<p>d. Accompagner les entreprises écotouristiques dans la démarche de labellisation et de certification</p>	<p>Moyen Terme</p>	<p>Elaborer une procédure de certification : rédaction des chartes d'engagement et approbation des cahiers des charges.</p> <p>Faciliter aux entreprises tunisiennes l'adhésion à des chartes internationales de développement durable (exemple : charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés ; Cf. annexe).</p>	<p>ONTT MEDD</p> <p>Associations volontaires d'opérateurs de l'écotourisme</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------

Actions : Niveau local : Opérateurs

<p style="text-align: center;">Actions (Contenu)</p>	<p style="text-align: center;">Horizon temporel</p>	<p style="text-align: center;">Comment?</p>	<p style="text-align: center;">Parties prenantes</p>
<p>e. Communiquer et construire des messages promotionnels autour des richesses naturelles et culturelles locales, et des produits et services offerts</p>	<p>C & M T</p>	<p>Création et animation de sites Internet, marketing direct, plan média (télévision, radios, presse écrite spécialisée et généraliste, nationale et internationale...)</p> <p>Campagnes de e-mailing</p> <p>Edition de newsletters saisonnières et brochures</p> <p>Référencement sur des sites Internet spécialisés et de renommée, et exploitation de blogs thématiques</p>	<p>Promoteurs/Entreprises Journalistes spécialisés Experts en marketing</p>
<p>f. Adhérer à des chartes internationales de développement / garantie de la qualité des services et du respect des principes de l'écotourisme</p>	<p>M Terme</p>	<p>S'informer des conditions d'adhésion, remplir les conditions d'éligibilité, formuler la demande d'adhésion, demander l'appui et l'encadrement des institutions publiques.</p>	<p>Promoteurs ONTT Associations de développement et collectivités locales Populations locales</p>

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

			Experts
g. Etablir des partenariats avec les agences de voyages en Tunisie	C et M Termes	Conclure des contrats annuels renouvelables	Promoteurs Agences de voyages
h. Etablir des conventions avec les TO étrangers, spécialisés et engagés dans des démarches écotouristiques	C et M Termes	Démarcher les TO européens et étrangers spécialisés en écotourisme et en tourisme durable (Atalante, Allibert, Terra Incognita, ATEs, TDS...) pour proposer dans leur destination les régions abritant des projets écotouristiques répondant aux normes internationales.	Promoteurs ONTT Associations de développement et ONG
i. Mettre en place des labels pour signaler la qualité des produits et services	Moyen Terme	S'informer sur les labels existants (Ecolabel européen, Clef verte, Green Globe, gîtes Panda... CF. annexe) ; choisir ceux qui semblent plus accessibles et y adhérer. L'autre option serait de mettre en place des labels locaux, adaptés aux conditions locales mais qu'il faudra faire valider par les organismes et institutions internationaux habilités.	Promoteurs ONTT Associations de développement et collectivités locales Populations locales Experts

3.1.3. Estimation des budgets liés à la promotion

L'estimation des budgets relatifs aux programmes promotionnels est proposée à titre indicatif. Les actions relevant des institutions sont assumées par elles-mêmes (sur fonds propres ou budgets spécifiques). Certains budgets promotionnels qui incomberaient aux promoteurs comme les frais de communication ou d'adhésion à des chartes internationales sont pris en charge en partie par les institutions locales et/ou nationales.

Actions proposées	Actions sans coût	Actions à faibles coûts imputables au budget ordinaire	Actions nécessitant des budgets spécifiques
<p>a. Faire l'inventaire de toutes les expériences écotouristiques</p> <p>b. Concevoir un portail Web dédié à l'écotourisme en Tunisie</p> <p>c. Constituer des dossiers de presse et communiquer autour de la protection de l'environnement et de la politique de développement durable</p> <p>d. Accompagner les entreprises dans la démarche de certification</p> <p style="text-align: right;">Total 1</p>	<p>a.</p> <p>d.</p>	<p>b. 70 000 TND</p> <p>c. Frais divers : 20 000 TND</p> <p>90 000 TND</p>	<p>c. Promotion audio-visuelle : 150 000 TND ; Edition : 100 000 TND</p> <p>250 000TND</p>

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

<p>e. Communiquer autour des richesses locales</p> <p>f. Adhérer à des chartes internationales de développement durable</p> <p>g. Etablir des partenariats avec les agences de voyages tunisiennes</p> <p>h. Etablir des conventions avec les TO étrangers spécialisés</p> <p>i. Mettre en place des labels</p> <p align="right">Total 2</p>	<p>g.</p> <p>h.</p>	<p>e. 50 000 TND</p> <p>f. 9 000 TND/ année 1 3 000 TND/an</p> <p>i. 10 000 TND</p> <p>70 000 TND année 1 et 30 à 40 000 TND autres années</p>	
<p align="center">TOTAL (1+2)</p>		<p>170 000 TND années 1 et 120 000 à 130 000 autres années</p>	<p align="center">250 000 TND</p>

3.2. La sensibilisation

3.2.1. Rappel des principales orientations stratégiques

La sensibilisation vise l'information, l'éducation, et l'interprétation sur l'écotourisme, ses principes et ses objectifs. Elle permet l'amélioration des connaissances des principaux opérateurs et acteurs impliqués de près ou de loin dans la chaîne écotouristique : les planificateurs et les concepteurs des produits et services, les promoteurs, les gestionnaires des projets, les populations locales, les clients potentiels et l'administration amenée à intervenir sur les projets écotouristiques.

Comme il a été développé dans le précédent rapport, les programmes de sensibilisation et vulgarisation doivent mettre l'accent sur l'enseignement des bonnes pratiques envers l'environnement naturel et culturel des sites et régions abritant les projets écotouristiques et ceci en vue de :

- la protection et la valorisation du patrimoine naturel
- la valorisation de la population locale et de son apport dans la réussite et l'enrichissement du produit
- la valorisation des relations et des partenariats fondés sur l'éthique entre les principales parties prenantes.

Les programmes de sensibilisation concernent aussi le grand public (clientèles potentielles), les populations locales, partie prenante des projets écotouristiques, et les représentants de l'administration et les professionnels.

3.2.2. Présentation des actions

Trois actions majeures seront retenues dans le domaine de la vulgarisation en matière d'écotourisme, chacune orientée vers un public cible.

La première de dimension, globale et générale, est adressée au grand public qui compte les clientèles potentielles des produits écotouristiques. Cette action permettrait de vulgariser le concept et les projets écotouristiques et de sensibiliser aux objectifs d'un tourisme durable.

La deuxième action plus ciblée est orientée vers les populations locales, elle a pour objectif de leur faire prendre conscience de la richesse des ressources de leur territoire, de la possibilité d'en faire une source complémentaire de revenus dans le cadre d'une exploitation durable. Cette sensibilisation permettra de combler le décalage qui existe souvent entre les populations locales et les exigences de tels projets.

La troisième action de sensibilisation est adressée à l'administration au sens large et à la profession pouvant intervenir dans la chaîne écotouristique comme les agences de voyages. Le but recherché est de faire connaître à des responsables essentiellement régionaux les fondements de l'écotourisme, ses impératifs et ses besoins afin que cette frange de l'administration, bien qu'elle ne soit pas toujours impliquée directement dans la gestion de tels projets pourra apporter le soutien et l'assistance nécessaire à un moment donné de la vie du projet.

Programme de sensibilisation à l'intention de la clientèle nationale :

Ce programme de vulgarisation à l'intention de la clientèle nationale se donne pour objectif de faire connaître le concept de l'écotourisme, son mode de mise en pratique, sa contribution à l'essor des régions et du secteur touristiques ainsi que ses retombées positives sur la protection et la valorisation du patrimoine naturel. Le programme fera également connaître les produits existants en Tunisie et les potentialités offertes dans ce domaine.

Cette campagne de sensibilisation contribuera à créer une demande nationale dans le domaine de l'écotourisme et à éduquer dans le sens de pratiques touristiques responsables et durables. Deux grandes actions sont proposées dans le cadre de ce programme :

- Alimentation du portail web dédié à l'écotourisme en Tunisie (voir actions promotionnelles): ce site à différentes entrées donnera accès à plusieurs acteurs de l'écotourisme afin qu'ils fassent connaître chacun dans son domaine un aspect de l'activité écotouristique. Nous y retrouvons les professionnels qui présenteront leurs projets, l'administration qui exposera le cadre de fonctionnement d'une telle activité, des associations qui feront part de leurs expériences dans le domaine particulièrement avec les populations locales ainsi que tout autre intervenant dans le domaine de l'écotourisme susceptible de contribuer à la promotion du produit.
- Organisation et animation de campagnes nationales de sensibilisation sur l'intérêt pour les tunisiens de promouvoir ou de participer à des projets d'écotourisme. Conception et diffusion à la télévision et radio de spots publicitaires sur le patrimoine naturel et sa découverte, 5 spots. Ces spots doivent contribuer au rapprochement du patrimoine naturel du public qui dans sa majorité demeure relativement peu informé dans en la matière.

Programme de sensibilisation à l'intention des populations locales :

La population locale est un acteur principal dans tout projet écotouristique, il est d'une part le garant de la préservation de l'environnement naturel et socioéconomique sur lequel se développe le projet écotouristique et est, d'autre part, à l'interface avec les promoteurs des projets, les gestionnaires et les clients en visite des lieux.

De ce fait, la sensibilisation de cette population locale doit porter essentiellement sur des aspects relatifs, premièrement, au concept même de l'écotourisme et ses retombées potentielles, deuxièmement, sur la valeur de leur environnement naturel et ou socioéconomique et son importance dans la promotion et le développement du produit écotouristique. Troisièmement, elle doit porter sur la place du client dans le projet et sur l'intérêt et les modalités d'un rapprochement entre le client et la population.

Deux principales actions sont retenues dans ce sens :

- Organisation périodique de rencontres avec des populations locales dans les différentes régions du pays concernées, à raison de six rencontres par an sur une durée de cinq ans.
- Production et diffusion de documents de vulgarisation à l'intention des populations locales.

Programme de sensibilisation à l'intention de l'administration et certaines professions impliquées

Ce programme de vulgarisation est orienté particulièrement vers l'administration dans le sens le plus large, il ne s'agit pas de sensibiliser uniquement la frange de l'administration en charge directement de la gestion des projets écotouristiques mais de toucher toutes les composantes de l'administration et particulièrement celle localisée dans les régions et qui est amenée à intervenir directement ou indirectement à un moment donné dans la vie du projet. Cette administration doit constituer un appui à la promotion de l'activité, pour cela elle doit être informée et sensibilisée sur les principaux aspects relatifs à l'activité écotouristique.

Deux actions principales ont été retenues dans ce domaine :

- L'organisation périodique de journées d'information dans les principales régions économiques du pays à l'intention de l'administration régionale et locale. Une douzaine de journées.
- Organisation de visites de certaines expériences étrangères similaires et attention particulière accordée au rôle des administrations locales et régionales.

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

Actions	Horizon temporel	Comment	Parties prenantes
<p><u>Programme de vulgarisation à l'intention de la clientèle nationale :</u> Diffusion périodique d'informations sur les potentialités écotouristiques de la Tunisie, les effets et les retombés positifs du développement de cette activité et les expériences réussies dans le domaine.</p>	C, M<	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentation du portail Web dédié à l'écotourisme. • Organisation et animation de campagnes de sensibilisation : diffusion à la télévision, radios de spots publicitaires sur le patrimoine naturel et sa découverte, 5 spots. • Production de dépliants, d'affiches et de manuels à l'intention des jeunes lycéens et écoliers 	<p>ONTT MEDD MARH Promoteurs Journalistes et publicitaires Associations de développement</p>
<p><u>Programme de vulgarisation à l'intention des populations locales :</u> - Organisation de rencontres périodiques - Production et diffusion de documents de vulgarisation - Projets de jumelage entre régions de niveaux différents dans le domaine de l'écotourisme</p>	C, M<	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation périodique de rencontres avec des populations locales dans les différentes régions du pays, à raison de six rencontres par an sur une durée de cinq ans. • Brochures, dépliants, reportages, films... • Visite d'expériences étrangères similaires 	<p>ONTT MEDD MARH Promoteurs ; associations Journalistes et publicitaires Partenaires étrangers</p>
<p><u>Programme de vulgarisation à l'intention de l'administration et de certaines professions :</u> - Organisation de journées d'information - Production et diffusion de documents de vulgarisation</p>	C, M<	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation périodique de journées d'information dans les principales régions économiques du pays à l'intention de l'administration régionale et locale. Une douzaine de journées • Brochures, dépliants, reportages, films... • Visites d'expériences étrangères similaires • Participation à des manifestations internationales dédiées à l'écotourisme 	<p>ONTT MEDD MARH Journalistes et publicitaires Associations de développement Partenaires étrangers</p>

3.2.3. Estimation des budgets liés à la sensibilisation et vulgarisation

Actions proposées	Actions sans coût	Actions à faibles coûts imputables au budget ordinaire	Actions nécessitant des budgets spécifiques
<p><u>Actions à l'intention clientèle nationale</u></p> <p>a. Alimentation du portail web dédié à l'écotourisme en Tunisie.</p> <p>b. Organisation et animation de campagnes de sensibilisation : diffusion à la télévision, radios de spots publicitaires sur le patrimoine naturel et sa découverte, 5 spots.</p> <p>c. Production de dépliants, d'affiches et de manuels à l'intention des jeunes lyciens et écoliers</p> <p><u>Actions à l'intention des populations locales</u></p> <p>d. Organisation périodique de rencontres avec des populations locales dans les différentes régions du pays, à raison de six rencontres par an sur une durée de cinq ans.</p> <p>e. Brochures, dépliants, reportages, films...</p> <p>f. Visite d'expériences étrangères similaires</p>	<p>a.</p>	<p>c. 30 000 TND</p> <p>d. 40 000 TND</p> <p>e. 20 000 TND</p> <p>f. 30 000 TND (5000 D*6 personnes)</p>	<p>b. 100 000 TND</p>

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

<p><u>Actions à l'intention de l'administration et de la profession</u></p> <p>g. Organisation périodique de journées d'information dans les principales régions économiques du pays à l'intention de l'administration régionale et locale. Une douzaine de journées</p> <p>h. Brochures, dépliants, reportages, films...</p> <p>i. Visites d'expériences étrangères similaires</p> <p>j. Participation à des manifestations internationales dédiées à l'écotourisme</p>		<p>g. 20 000 TND</p> <p>h. 20 000 TND</p> <p>i. 30 000 TND (5000 D*6 personnes)</p>	<p>j. 100 000 TND</p>
TOTAL		190 000 TND	200 000 TND

4. Formation des acteurs de l'écotourisme

4.1. Rappel des principales orientations stratégiques :

L'intérêt de renforcer les capacités des différents acteurs impliqués dans l'écotourisme en Tunisie à travers une formation ciblée qui vise plusieurs objectifs, dont :

- La prise en compte des impératifs de développer l'écotourisme en Tunisie en termes de contribution à la diversification du produit touristique, d'une part, et de création de richesse et d'emplois dans des zones marquées par une double fragilité environnementale (fragilité des écosystèmes) et socio-économique (développement) à travers la protection et la valorisation du patrimoine naturel, d'autre part.
- Le développement d'un métier de concepteur de produits écotouristiques qui dispose d'une connaissance des marchés intérieurs et étrangers.
- Le renforcement des capacités des structures universitaires existantes dans le domaine de la formation des gestionnaires et des professionnels de l'écotourisme. un diagnostic des cursus de formation actuels est indispensable pour une refonte ou la proposition de nouvelles formations.
- L'appui aux structures administratives nationales et régionales impliquées dans la mise en oeuvre des projets écotouristiques en les mettant à niveau pour répondre aux exigences et impératifs de la profession.

4.2. Présentation des actions :

Trois groupes d'actions majeures ont été retenus en matière de formation dans le domaine de l'écotourisme :

- Une formation orientée vers les professionnels (concepteurs de projets écotouristiques, guides, commerciaux des agences de voyage...) désireux de se perfectionner et de s'outiller en matière de conception et de commercialisation de projets écotouristiques.
- Une formation à réaliser conjointement avec des établissements universitaires actifs dans le domaine et qui sera orientée vers le développement d'un corps de métiers dans le domaine de l'écotourisme, il s'agit essentiellement des gestionnaires des projets écotouristiques et des employés actifs dans le domaine.
- Une formation à l'intention des employés de l'administration en charge d'instruire et de contrôler les projets écotouristiques depuis la conception du projet jusqu'à sa mise en exploitation afin de pouvoir remplir convenablement leur rôle de facilitateur et d'encadreur.

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

Actions	Horizon temporel	Comment ?	Parties prenantes
Formation des professionnels (conception, guides et commerciaux des agences de voyages)	C&MT	<ul style="list-style-type: none"> • Etablissement d'un partenariat avec une structure de formation ou une institution universitaire spécialisée dans le domaine. • Conception du support pédagogique en partenariat avec les professionnels du domaine orienté vers deux objectifs majeurs : l'identification d'un atout naturel vendable et sa valorisation dans le cadre d'un projet rentable. • Organisation de cycles de formation périodiques • Accompagnement des professionnels formés dans la conception de projets pilotes et la connaissance du marché et de ses tendances (offre, demande, normes, réglementations...). 	<p align="center">MEDD/ONTT Universités Centres de formation Experts dans le domaine</p>
Appui au renforcement des capacités des gestionnaires des projets écotouristiques y compris les populations locales	C, M<	<ul style="list-style-type: none"> • Identification des centres de formation et des institutions spécialisées en matière de formation des professionnels de l'écotourisme (diagnostic). • Restructuration et réadaptation des objectifs et contenus des formations dispensées aux impératifs de la stratégie nationale de promotion de l'écotourisme. • Organisation de séjours de formation dans régions ou sites abritant des expériences similaires. 	<p align="center">MEDD/ONTT Structures universitaires & centres de formations identifiées Professionnel du secteur</p>
Formation des représentants de l'administration impliqués dans les projets écotouristiques	CT	<ul style="list-style-type: none"> • Conception à l'intention des administrateurs des formations de courtes durées en partenariat avec les professionnels de l'écotourisme orientées vers trois objectifs majeurs : Les enjeux du développement de l'écotourisme, la connaissance de la limite des milieux naturels et les modalités de leur sauvegarde, la connaissance des contraintes et des défis de l'écotourisme et les moyens de les surmonter (cf. fiche jointe). • Organisation de cycles de formation périodiques à l'échelle nationale et régionale. • Programmes d'échange avec leurs homologues étrangers. 	<p align="center">MEDD/ONTT</p>

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

La formation des professionnels peut être de courte durée et continue, elle doit être effectuée dans le cadre d'un dialogue et d'une concertation avec les différents acteurs.

Les métiers de l'écotourisme	Formation et compétence de base	Formation	
		Connaissance et savoir faire à développer	Modalité de la formation
Les concepteurs de produits écotouristiques	Professionnels du tourisme avec sensibilité environnementale notable	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissance environnementale et des potentialités écologiques • Mode de valorisation des potentialités 	<ul style="list-style-type: none"> • Cours théoriques appuyés par des exercices de cas. Aussi des formations intensives de courtes durées.
Les promoteurs	Investisseurs animés d'un sens d'initiative et d'innovation	<ul style="list-style-type: none"> • Exigences du marché • Rentabilité des projets • Connaissance des milieux et des populations • Communication et relations publiques 	<ul style="list-style-type: none"> • Cours théoriques appuyés par des exercices de cas
Les gestionnaires des unités d'hébergement	Maîtrise des langues et ouverture culturelle	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissances des milieux • Maîtrise des fondements d'une gestion écologique d'un établissement 	<ul style="list-style-type: none"> • Cours théoriques appuyés par des exercices de cas ; visite d'expériences similaires dans d'autres pays.
Guide nature	Connaissance de base dans les sciences naturelles	<ul style="list-style-type: none"> • Communication des connaissances ; relations publiques 	<ul style="list-style-type: none"> • Cours théoriques et sorties de terrains
Guide ornithologie	Connaissance de base dans les sciences naturelles	<ul style="list-style-type: none"> • Communication des connaissances ; relations publiques 	<ul style="list-style-type: none"> • Cours théoriques et sorties de terrains
Les accompagnateurs	-	<ul style="list-style-type: none"> • Nature de la clientèle • Produits écotouristiques 	<ul style="list-style-type: none"> • Applications
Les moniteurs plongée	Technique de plongé et de sécurité	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissance du milieu marin • Communication 	<ul style="list-style-type: none"> • Cours théoriques et plongées
Les moniteurs de spéléologie	Connaissance de base en géologie et technique de sécurité	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissance et valorisation des produits de la spéléologie • Communication 	<ul style="list-style-type: none"> • Cours théoriques et exploration de grottes
Les gestionnaires des projets d'agritourisme	Maîtrise des techniques de l'agritourisme	<ul style="list-style-type: none"> • Communication • Valorisation des produits 	<ul style="list-style-type: none"> • Cours théoriques et sorties de terrains ; visite d'expériences similaires dans d'autres pays.
Administration	Administrateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Contraintes et défis du secteurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Concertation avec les différents acteurs ; stages de formation de courtes durées.

Formation des professionnels (concepteurs, guides et commerciaux des produits écotouristiques)

Cette action que nous considérons comme prioritaire sera planifiée à court terme. Elle sera menée conjointement avec une structure spécialisée dans le domaine de la formation ou bien une institution universitaire compétente, cette dernière intégrerait dans une deuxième phase la formation dans son cursus universitaire.

Il s'agira de développer avec cette structure universitaire et en partenariat avec les professionnels de l'écotourisme un support pédagogique. Celui-ci sera orienté vers deux objectifs majeurs : (i) donner aux professionnels formés la capacité d'identifier des atouts naturels vendables, c'est-à-dire qui présentent des caractéristiques et des spécificités remarquables, et qui répondent aux attentes d'une clientèle nationale et internationale, et (ii) permettre à ces mêmes professionnels de concevoir et de dimensionner le projet de manière à ce qu'il soit économiquement rentable et durable.

Appui au renforcement des capacités des gestionnaires et des professionnels des projets écotouristiques

Cette activité sera menée directement par une ou plusieurs structures universitaires dont le cursus renferme déjà actuellement des aspects en relation avec la formation de certains métiers dans le domaine de l'écotourisme.

Au niveau de la mise en place de la stratégie de promotion de l'écotourisme, il s'agira d'identifier la ou les institutions universitaires aptes à prendre en charge, en partenariat avec le Ministère de l'Environnement et du Développement Durable, l'Office Nationale du Tourisme Tunisien et les différents intervenants concernés, l'action de renforcer les capacités des professionnels et des gestionnaires de l'écotourisme.

La prise en charge de cette activité consiste à restructurer et réadapter les objectifs et les résultats de la formation déjà octroyée dans la ou les structures universitaires identifiées, aux impératifs de la stratégie nationale de promotion de l'écotourisme et aux exigences de la profession.

Il convient également de prévoir des séjours à l'étranger dans des sites hébergeant des expériences écotouristiques et de s'informer sur les modes d'implication des populations locales et la gestion collégiale de ces projets.

Formation des administrateurs des projets écotouristiques

Cette action consiste à concevoir en partenariat avec les professionnels de l'écotourisme et à l'intention des administrateurs des formations de courtes durées orientées vers trois objectifs majeurs :

- Un premier objectif visant à susciter chez les responsables de l'administration en charge des dossiers de l'écotourisme la prise de conscience des enjeux de cette activité et la place qu'elle doit occuper dans le développement du tourisme d'une manière générale et de certaines régions du pays d'une manière particulière.
- Le deuxième objectif vise la connaissance de la limite des milieux naturels (fragilité des écosystèmes) et les modalités de leur sauvegarde afin que les projets d'écotourisme proposés pour avis à l'administration ne se transforment pas en projets destructeurs ou

réducteurs du capital naturel mais au contraire qu'ils soient réellement des projets de valorisation de ce patrimoine.

- Le troisième objectif visé dans le cadre de cette action de formation à l'intention des agents de l'administration consiste à mettre ces derniers au fait des problématiques, des contraintes et des défis de la profession. Ils seront également outillés sur les plans technique et juridique afin de prodiguer des conseils aux promoteurs pour dépasser les obstacles susceptibles d'être rencontrés au moment de la mise en place et de l'exploitation des projets. L'administration se place ainsi dans cette activité comme un vrai partenaire dans la promotion de l'écotourisme à l'échelle nationale.

4.3. Estimation des budgets liés à la formation

Actions proposées	Actions sans coût	Actions à faibles coûts imputables au budget ordinaire	Actions nécessitant des budgets spécifiques
<u>Formation des professionnels (conception, guides et commerciaux)</u>			140 000 TND
<u>Appui au renforcement des capacités des gestionnaires et des populations locales</u>			150 000 TND
<u>Formation des administrateurs des projets écotouristiques</u>		70 000 TND	
TOTAL		70 000 TND	190 000 TND

5. Plan d'action pour la mise en œuvre des projets écotouristiques

5.1. Rappel des propositions des modèles d'unités écotouristiques (MUE)

Lors de la deuxième phase nous avons proposé six MUE présentant des caractéristiques environnementales et socio-économiques différentes et qui peuvent s'ériger en modèles pour tout projet écotouristique :

- MUE 1 : Découverte de la nature / Ornithologie et botanique : cas du parc national d'Ichkeul

- MUE 2 : Découverte de la nature dans le sud : cas des oasis de montagne
- MUE 3 : Découverte du milieu marin : cas de l'Archipel de Kerkennah
- MUE 4 : Randonnée, trekking, spéléologie : cas de Zaghouan
- MUE 5 : Tourisme rural : cas de l'agritourisme de Hazoua
- MUE 6 : Villages et traditions : cas des ksours et jessours de Béni Kheddache.

Pour chaque MUE, il a été proposé un ensemble d'activités possibles liées au site naturel, des services (hébergement, restauration, loisirs, information...) impliquant des partenaires multiples (promoteurs, prestataires de services, populations locales, collectivités et associations, représentants de l'administration...).

5.2. Etapes de mise en œuvre des projets écotouristiques

L'objectif de ce chapitre est de proposer les étapes de lancement et de mise en œuvre de tout projet écotouristique, les partenaires impliqués à chaque étape et les délais prévisibles.

Six étapes sont nécessaires avant d'obtenir l'agrément :

- a- Accord de principe (60 jours) ;
- b- Accord technique sur l'esquisse (30 jours) ;
- c- Autorisation préalable (30 jours) ;
- d- Accord technique sur l'avant projet (30 jours) ;
- e- Accord technique sur le projet d'exécution (30 jours) ;
- f- Attestation de dépôt de déclaration (ou accord définitif) (60 jours).

1. La procédure d'agrément des projets écotouristiques pourrait se scinder en trois étapes :

A. Accord de principe :

Il s'agira d'examiner dans un premier temps l'idée et le contenu du projet :

- localisation, site ;
- composantes du projet : activités et services ;
- clientèle visée ;
- retombées sociales, économiques et environnementales

B. Agrément technique et architectural :

Une fois l'accord de principe obtenu, le porteur du projet écotouristique pourra se pencher sur la collecte des pièces constituant son dossier technique : études de faisabilité technique y compris l'étude d'impact environnemental; accords des structures concernées (DGF, locales)...

C. Agrément du montage financier (accord définitif) :

Une fois l'agrément technique obtenu, le promoteur fournira en dernière étape une étude détaillée de la faisabilité financière de son projet : les impacts socio-économiques, le montage financier, la liste des souscripteurs, accord bancaire pour l'octroi des crédits... .

La commission d'agrément des projets écotouristiques : en raison de la multiplicité des intervenants, l'agrément doit être octroyé par une commission mixte composée de représentants de la structure de tutelle (Tourisme et ONTT) et des représentants des Ministères de l'Environnement et du Développement Local (ANPE), de l'Agriculture (et de la DGF), des Collectivités locales et de la Culture, ainsi que du Ministère de l'Intérieur.

2. La mise en exploitation des projets écotouristique doit être soumise à deux types de contrôles sous l'égide de l'ANPE et de l'ONTT :

- **Contrôle des constructions et aménagements** : Par l'ONTT, MEDD et DGF (cas des forêts et parcs) ;

- **Contrôle de l'exploitation**, il s'agit de contrôler la qualité des services et des produits et leur conformité aux normes (hébergement et restauration, sécurité, impact sur l'environnement). Ces contrôles seront réalisés par la structure de Tutelle (ONTT), l'ANPE, les collectivités locales et les représentants du Ministère de l'Intérieur pour les aspects sécuritaires.

6. Récapitulatif du budget de la stratégie nationale de promotion de l'écotourisme

L'estimation du budget des actions prioritaires est donnée à titre indicatif et ne tient pas compte des investissements d'aménagement, de constructions et de conception des produits et services. Le récapitulatif du coût des actions proposées s'élève à près de 2 000 000 TND.

Actions proposées	Budgets ordinaires	Budgets spécifiques
Environnement Institutionnel et réglementaire	200 à 220 000 TND	450 à 550 000 TND
Promotion	170 000 TND années 1 et 120 000 à 130 000 autres années	250 000 TND
Sensibilisation	190 000 TND	200 000 TND
Formation	70 000 TND	190 000 TND
Total	600 à 750 000 TND	1 000 000 à 1 200 000 TND
Total général	1 600 000 TND à 2 000 000 TND	

Cet investissement est modeste au regard des retombées positives en matières de développement des régions vulnérables (sur le plan environnemental et économique), de création d'emplois et de complément de revenus, et de protection des écosystèmes. En plus, il permettra à meilleur positionnement de la Tunisie sur des segments touristiques à haute valeur ajoutée modifiant l'image dont elle bénéficie aujourd'hui.

7. Planning de lancement de la stratégie nationale de promotion de l'écotourisme en Tunisie : feuille de route

Les actions développées précédemment dans le but d'impulser la promotion de l'écotourisme en Tunisie, selon leur importance et leur priorité, pourraient s'échelonner dans le temps. Certaines sont plus urgentes (ou préalables) que (à) d'autres, nous proposons dans ce qui suit, le planning suivant :

1. Validation et adoption des propositions de l'étude
2. Préparation d'une note pour le CIM (Conseil Inter Ministériel) afin de porter le projet à la connaissance du gouvernement et pour réellement impulser le processus
3. Prise des mesures législatives et réglementaires nécessaires pour créer le cadre propice, dont :
 - Constitution d'une Commission interministérielle chargée d'examiner et d'approuver les actions de développement de l'écotourisme
 - Introduction dans la législation portant procédures d'agrément des projets touristiques les projets « écotouristiques »
 - Elaboration de plans de gestion des parcs naturels et rédaction des cahiers des charges de leur concession
 - Révision des textes sur la protection et l'affectation des terres agricoles
 - Appui de la mise en place de moyens de financement adaptés aux projets de l'écotourisme
 - Mise en place à l'ONTT d'un service type « guichet unique » pour l'examen et l'agrément des projets et pour l'appui à la promotion commerciale
4. Mise en place d'une structure opérationnelle type « Famex » pour la gestion du développement de l'écotourisme en Tunisie
5. Assurer la participation effective de tous les ministères impliqués dans le développement de l'écotourisme (rôle de la structure type « Famex »)
6. Recensement des projets en cours et résolution de leurs problèmes ; mise en avant des « success stories » au niveau national
7. Organisation de consultations régionales : rôle facilitateur et promotionnel (sensibilisation).

ANNEXES

Annexe 1 : Quelques sites à fortes potentialités écotouristiques en Tunisie

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

Gouvernorats du Nord Est : Grand Tunis, Bizerte, Nabeul, Zaghouan			
Sites à très fort potentiel écotouristique	Sites à fort potentiel écotouristique	Sites à moyen potentiel écotouristique	Sites à faible potentiel écotouristique
Le site de Ghar El Mélah	La forêt de Séjnane	La forêt de Remel	La réserve naturelle marine du Galiton
Le parc national de l'Ichkeul	La côte rocheuse du gouvernorat de Bizerte de Cap Angéla jusqu'à Cap Serrat	Le site de Metline	Le parc national de Zembra et Zembretta
La forêt de Dar Chichou et d'Oued Abid	Le massif de Korbous	L'île de la Galite	Les lagunes de la façade orientale du Cap Bon
La montagne d'El Haouaria		La réserve naturelle de Méjéne Chitane	
Le massif et la forêt de Jébel Zaghouan		La forêt de Jebel Abderrahman	
Les villages berbères de Takrouna, Jéradou et Zriba Alia		Le parc national de BouKornine	
		Le massif et la forêt de Jébel Rassas	

Gouvernorats du Nord Ouest : Béja, Jendouba, Siliana, Le Kef			
Sites à très fort potentiel écotouristique	Sites à fort potentiel écotouristique	Sites à moyen potentiel écotouristique	Sites à faible potentiel écotouristique
La localité de Djebba et ses jneins	Le domaine agricole de Thibar	Les Mogods et la forêt de Bélif	La baie de corail et les aiguilles de Tabarka
Ain Draham, le col des ruines, Beni Mtir et Hammam Bourguiba	Les monts de Tébourouk et la vallée d'Oued Khaled	La réserve naturelle de Jébel Khroufa	La coupe géologique spécifique Crétacée/ Tertiaire d'El Haria
La région de Zouaraa			
Le parc national d'El Feidja		La réserve naturelle de Dar Fatma	
La table de Jugurtha		Le site de Jébel Ghorra	
Jébel Bargou		Jebel Essadine et la forêt de Neber	
Kesra et ses environs			

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

Gouvernorats du Centre Est : Sousse, Monastir, Mahdia, Sfax			
Sites à très fort potentiel écotouristique	Sites à fort potentiel écotouristique	Sites à moyen potentiel écotouristique	Sites à faible potentiel écotouristique
Les îles de Kerkennah		Les marais de Mahres	Les îles Kuriat
		Sebkhat El kalbia	les îles kneiss
		La lagune de Hergla et Oued Essed	Les salines de Thyna
			Les salines de Monastir
Gouvernorats du Centre Ouest : Kairouan, Kasserine, Sidi Bou Zid, Gafsa			
Sites à très fort potentiel écotouristique	Sites à fort potentiel écotouristique	Sites à moyen potentiel écotouristique	Sites à faible potentiel écotouristique
Le parc National de Bouhedma	Le parc national de Chambi	La réserve naturelle de Jebel Bouramli	Les vastes nappes alfatières
	La réserve naturelle du parc de Orbata		La réserve naturelle de Jebel Touati
	Jb El Guettar et ses environs		Jebel Trozza
Gouvernorats du Sud Est : Gabes, Médenine			
Sites à très fort potentiel écotouristique	Sites à fort potentiel écotouristique	Sites à moyen potentiel écotouristique	Sites à faible potentiel écotouristique
Les troglodytes de Matmata	L'île de Djerba : Guallala et Bin El Ouadiane	Le parc national de Sidi Toui	L'Oasis littorale de Gabès
Les villages de montagnes de la chaîne du Dahar			El Hamma de Gabès
Les Ksours de Médenine et Tataouine			Le Permien de Tébaga de Médenine
Gouvernorats du Sud Ouest : Tozeur, Kébili, Tataouine			
Sites à très fort potentiel écotouristique	Sites à fort potentiel écotouristique	Sites à moyen potentiel écotouristique	Sites à faible potentiel écotouristique
Le parc national de Jébil, erg et dunes	Les Chotts		
Les Oasis traditionnelles	La réserve naturelle de Jébel Dghoumes		
	Ksar Ghilane		

Les 20 sites à très fort potentiel écotouristique sont répartis entre le Nord, 13, le Centre, 2 et le Sud 5. Ils se répartissent entre 4 parcs naturels (Ichkeul, Feidja, Bohedma, Jébil), 6 massifs montagneux à prédominance forestière (Dar Chichou, El Haouaria, Zaghouan, Djebba, Ain Drahem, Bargou,), 4 villages berbères et leurs environs immédiats (Kesra, Zriba, Matmata, les villages de la chaîne du Dahar), 3 sites en relation avec le littoral (Kerkennah, Ghar El Mélah et la région de Zouaraa), les oasis traditionnelles, les ksours du sud et la table de Jugurtha.

Dans les sites à fort potentiel écotouristique et qui sont au nombre de 11, nous retrouvons 2 parcs naturels, Chambi et Orbata, des massifs montagneux forestiers tels que Séjnane, les côtes rocheuses du Nord, les monts de tébousouk et également les chotts du Djérid et l'île de Djerba.

Nous avons résumé dans le tableau ci-après les caractéristiques de ces sites hautement potentiels selon le modèle de l'unité écotouristique : Centres d'intérêt pour les écotouristes, les activités praticables, les services offertes aux clients (accueil, logement, restauration, transport, information) et les bénéfices pour la population et les communautés locales :

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

Site(s) ou régions	Centres d'intérêt pour les écotouristes	Activités praticables, saisons	Services aux clients (accueil ¹ logement ² , restauration ³ , transport ⁴ , information ⁵)	Bénéfices et emplois pour la population et les communautés locales
Parc et forêt d'El Feïdja	Forêt, faune, flore, climat	Observation nature, randonnée équestre et pédestre, toute saison	1+4+5 ; 2+3 prévus au projet DGF	Élevage de chevaux, artisanat, produits du terroir, guides
Région de Aïn-Draham - Ben Métir - Fernana	Forêt, faune, flore, climat, thermes, plans d'eau	Observation nature, randonnée équestre et pédestre, sports lacustres, thermalisme, toute saison	2+3 ; 1+4+5 à développer	Élevage de chevaux, artisanat, produits du terroir, para-médical, guides
Région de Jebba et environs (Thibar)	faune, flore, géologie agriculture	Observation nature, randonnée équestre et pédestre, toute saison, agritourisme	1+2+3+4 à développer, 5 un centre est développé	Élevage des équidés, artisanat, produits du terroir, guides
Montagne et forêt de Bargou	faune, flore, géologie agriculture	Observation nature, randonnée équestre et pédestre, printemps hiver automne, agritourisme	1+2+3+4 +5 à développer, 5	Élevage des équidés, artisanat, produits du terroir, guides
Région de La Kesra	faune, flore, géologie agriculture	Observation nature, randonnée équestre et pédestre, printemps hiver automne, agritourisme	1+2+3+4 +5 à développer, 5	Élevage des équidés, artisanat, produits du terroir, guides
Parc et lac de l'Ichkeul	Ornithologie, flore, thermes, plan d'eau	Observation nature, thermalisme, arrières saisons	1+5 ; 2+3+4 à développer (prévus au projet DGF)	Artisanat, produits du terroir, para-médical, guides
Région de Ghar El Melah	Agriculture	agritourisme	1+2+3+4+5 à développer	Artisanat, produits du terroir, guides
Forêt de Dar Chichou	faune, flore	Observation nature, randonnée équestre et pédestre, printemps hiver automne,	1+2+3+4+5 à développer	Artisanat, produits du terroir, guides
Massif d'El Haouaria	faune, flore	Observation nature, randonnée équestre et pédestre, printemps hiver automne,	1+2+3+4+5 à développer	Artisanat, produits du terroir, guides
Djebel Zaghouan, gouffres et environs	Forêt, climat, traditions soufies, archéologie, thermes, histoire	Escalade, spéléologie, thermalisme, randonnée pédestre, équestre, VTT	1+4+5 ; 2+3 à développer	Artisanat, produits du terroir, para-médical, guides et encadreurs
Villages berbères Zriba, Jeradou, Takrouna	Forêt, climat, traditions soufies, archéologie, thermes, histoire	Escalade, spéléologie, thermalisme, randonnée pédestre, équestre, VTT	1+4+5 ; 2+3 à développer	Artisanat, produits du terroir, para-médical, guides et encadreurs
Archipel de Kerkennah	Flore et faune marine, flore terrestre, traditions de pêche, histoire	Randonnée pédestre, équestre, VTT, plongée et observation sous-marine	2+3 ; 1+4+5 à développer	Guides et encadreurs, produits du terroir
Parc de Bou Hedma	faune, flore, traditions	Observation nature, randonnée équestre et pédestre, printemps hiver automne,	1+4+5 ; 2+3 prévus au projet DGF	Élevage des équidés, artisanat, produits du terroir, guides
Villages de Matmata	faune, flore, traditions et agriculture	Observation nature, randonnée équestre et pédestre, printemps	1+2+3+4+5 à développer	Artisanat, Élevage des équidés, produits du terroir, guides

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

		hiver automne, agritourisme et ateliers d'artisanat		
Chaîne et villages du Dahar	faune, flore, traditions et agriculture	Observation nature, randonnée équestre et pédestre, printemps hiver automne, agritourisme et ateliers d'artisanat	1+2+3+4+5 à développer	Artisanat, Élevage des équidés, produits du terroir, guides
Oasis traditionnelles	faune, flore, traditions et agriculture	Observation nature, randonnée équestre et pédestre, printemps hiver automne, agritourisme et ateliers d'artisanat	1+2+3+4+5 à développer	Artisanat, Élevage des équidés, produits du terroir, guides
Ksours du Sud- Est	faune, flore, traditions et agriculture	Observation nature, randonnée équestre et pédestre, printemps hiver automne, agritourisme et ateliers d'artisanat	1+2+3+4+5 à développer	Artisanat, Élevage des équidés, produits du terroir, guides

Annexe 2 : Charte Européenne du Tourisme durable dans les espaces protégés

Version Officielle de la Charte
25 juin 1998

*Charte européenne
du tourisme durable
dans les espaces protégés*

La charte européenne du tourisme durable s'inscrit dans les priorités mondiales et européennes exprimées par les recommandations de l'Agenda 21, adoptées lors *du Sommet de la Terre à Rio* en 1992 et par le 5ème programme d'actions communautaires pour le développement durable.

Cette charte a été élaborée par un groupe constitué de représentants européens des espaces protégés, du secteur du tourisme et de leurs partenaires. Elle fait suite à une première réflexion, engagée en 1991, par la Fédération Europarc, qui a abouti à la publication du rapport "*Loving Them to death ?*"¹.

Elle fait partie des priorités du programme d'action "*Des Parcs pour la vie*" de l'Union Mondiale pour la Nature (UICN).

Elle suit les principes énoncés par la Charte mondiale du tourisme durable élaborée à Lanzarote en 1995.

Appliquer le concept de développement durable

Cette Charte favorise l'application concrète du concept de développement durable. C'est-à-dire "un développement qui répond aux besoins des générations présentes, sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs"².

Ce développement implique la préservation des ressources pour les générations futures, un développement économique viable, un développement social équitable.

¹ Loving them to death ? Traduit en français par "Passion fatale". Le rapport Sustainable tourism in Europe's Nature and National Parks est disponible auprès de la Fédération Europarc - Kröllstraße 5, D-94481 Grafenau, Bundesrepublik Deutschland, Tél : 49 85 52 9 61 00 Email : europarc@t-online.de

² Extrait du rapport Brundtland "Notre avenir à tous" - Commission mondiale sur l'environnement et le développement - édition du fleuve - 1989.

Développer un tourisme en accord avec les principes du développement durable

La Charte européenne du tourisme durable exprime la volonté des institutions gestionnaires des espaces protégés et des professionnels du tourisme de favoriser un tourisme en accord avec les principes du développement durable.

La Charte engage les signataires à mettre en oeuvre une stratégie locale en faveur d'un "tourisme durable", défini comme étant "Toute forme de développement, aménagement ou activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales, et contribue de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent ou séjournent dans les espaces protégés".

La mise en oeuvre d'un tel tourisme nécessite une réflexion globale, concertée et le renforcement de toutes les interactions positives entre l'activité touristique et les autres secteurs du territoire.

Ü Ce tourisme durable a, enfin, pour ambition de répondre aux attentes des nouvelles clientèles européennes en redonnant du sens au voyage : celui de prendre le temps de découvrir et de rencontrer d'autres gens, d'autres lieux, de s'enrichir de cette rencontre en donnant un peu de soi.

Aider les espaces protégés et leurs partenaires à définir leur propre programme de développement touristique durable

L'adhésion à la Charte doit aboutir à la définition d'une stratégie pluriannuelle de développement touristique durable et d'un programme d'actions contractuels pour et par le territoire et les entreprises signataires.

Des documents méthodologiques aident les signataires à appliquer concrètement les principes du développement durable.

Le Choix d'une approche stratégique

Adhérer à la Charte, c'est respecter l'approche stratégique du développement touristique durable.

C'est réaliser un diagnostic, consulter et impliquer les partenaires, fixer des objectifs stratégiques, allouer les moyens nécessaires, réaliser un programme d'actions et évaluer les résultats.

Pour l'espace protégé, cela se traduit par la réalisation d'un diagnostic des besoins du territoire (problèmes et opportunités) réalisé et accepté par les partenaires. Cette approche a pour but de définir l'orientation touristique la mieux appropriée pour l'ensemble du territoire.

Pour l'entreprise touristique, le diagnostic porte sur son activité. C'est-à-dire, l'adéquation entre son offre et les attentes des visiteurs et les mesures à prendre pour la mise en valeur du patrimoine local. C'est aussi la prise en compte de l'environnement et du développement durable dans la gestion de l'entreprise.

Pour l'organisateur de voyages, cette approche se traduit par l'analyse de la compatibilité de son offre avec les objectifs du territoire. Les flux qu'il induit ne doivent pas détruire les ressources patrimoniales, donc touristiques de la destination

L'engagement d'adopter l'éthique du tourisme durable

Les signataires de la Charte adhèrent à l'éthique du tourisme durable. Ils s'engagent à oeuvrer pour une meilleure contribution du tourisme à la protection et la mise en valeur du patrimoine. Ils s'engagent à adopter une éthique commerciale : c'est le respect du client et l'établissement d'une politique de prix juste. L'éthique sera également présente au niveau de leur politique d'accueil, en favorisant l'accès des espaces protégés à tous les publics, en particulier, aux scolaires, aux jeunes, aux personnes âgées ou handicapées.

La volonté de privilégier le travail de partenariat

Adhérer à la Charte du tourisme durable, c'est adopter une méthode de travail basée sur un principe de partenariat. Celui-ci s'exprime dans toutes les phases de définition et de mise en oeuvre du programme de développement touristique durable. Il se traduit par une contractualisation et une coopération intense et franche entre l'institution gestionnaire de l'espace protégé, les prestataires touristiques, les tours-opérateurs et les autres acteurs locaux.

La Charte est l'outil de mise en oeuvre de ce partenariat. Elle favorise l'organisation du partage des responsabilités, décrivant l'engagement individuel et collectif :

- **De l'espace protégé**, en suscitant l'adhésion de l'autorité mandatée pour animer le projet de territoire d'un espace protégé reconnu officiellement. La stratégie proposée par l'espace protégé, dans le cadre de la Charte, est obligatoirement

définie et mise en oeuvre en partenariat avec des représentants du secteur du tourisme, des autres secteurs économiques et des habitants du territoire, ainsi qu'avec les autorités locales. Celle-ci est complétée par les accords signés avec les partenaires locaux concernant le programme de développement touristique durable.

- **De l'entreprise touristique** située dans cet espace protégé, en suscitant l'adhésion du chef d'entreprise. Celui-ci s'implique au niveau de la réflexion et de l'application des principes de développement touristique durable, en partenariat avec l'espace protégé.
- **Du tour-opérateur généraliste ou spécialiste des espaces protégés**, en suscitant l'adhésion du responsable de l'entreprise qui intègre les principes du développement durable dans son offre. Celui-ci s'engage à travailler en partenariat avec l'organisme qui anime la stratégie de l'espace protégé et les prestataires touristiques locaux.

Le respect des règles de base du tourisme

Tous les signataires de la Charte s'engagent à respecter les règles de base du tourisme. Par exemple :

- les règles commerciales (respect des contingentements, et des commissionnements des intermédiaires)
- la compétence technique
- la qualité et la rapidité de l'information
- le respect du droit du tourisme.
- la préférence à l'initiative privée

II LE TOURISME DURABLE POUR L'ESPACE PROTÉGÉ

Le tourisme offre un moyen privilégié de sensibiliser le grand public au respect de l'environnement. Il présente également un fort potentiel de soutien aux activités économiques traditionnelles et à l'amélioration de la qualité de vie.

Pour répondre aux enjeux des espaces protégés comme aux attentes des clientèles européennes, il est primordial que le tourisme préserve le patrimoine sur lequel il fonde son activité.

En adhérant à la Charte, l'espace protégé choisit d'accompagner un développement touristique compatible avec les principes du développement durable. Il s'engage ainsi à favoriser la cohérence des actions menées sur son territoire et la prise en compte du long terme.

Il privilégie l'action concertée et le partage des responsabilités pour une efficacité renforcée de sa mission de protection de l'environnement.

*Des
Avantages
pour l'espace
protégé*

La Charte permet à l'espace protégé signataire :

- d'être distingué au niveau européen comme territoire d'excellence en matière de tourisme durable ;
- de se fixer des objectifs ambitieux en matière de tourisme durable ;
- de mieux travailler avec ses partenaires ;
- d'impliquer davantage les professionnels du tourisme dans sa politique ;
- d'influencer le développement du tourisme sur son territoire ;
- de renforcer son action de sensibilisation des visiteurs ;
- de favoriser un développement socio-économique respectueux de l'environnement sur son territoire
- de développer des produits touristiques authentiques, de qualité, et respectueux de l'environnement ;
- de se doter d'un tableau de bord pour suivre et évaluer la politique touristique menée sur son territoire ;
- de renforcer la crédibilité de ses missions dans l'opinion publique et auprès de ses financeurs ;

Engagements pour l'institution gestionnaire de l'espace protégé

Des Principes 1. **Accepter et respecter les principes du développement durable énoncés dans la présente Charte, en les adaptant au contexte local.**

Des Objectifs 2. **Définir une stratégie à moyen terme (5ans) en faveur d'un développement touristique durable sur son territoire.**

Cette stratégie vise à améliorer la qualité de l'offre touristique en prenant en compte les objectifs de développement durable du territoire. Elle précise l'ordre des priorités dans le temps et dans l'espace, les moyens alloués, le partage des missions et les méthodes de suivi à mettre en place (process et indicateurs). Elle garantit la meilleure intégration du tourisme dans l'environnement naturel, culturel, économique et social comme la cohérence spatiale et temporelle de son développement.

La stratégie devra fixer les objectifs à atteindre en matière de :

- protection et mise en valeur du patrimoine,
- développement économique et social
- préservation et amélioration de la qualité de vie des habitants,
- maîtrise de la fréquentation et amélioration de la qualité de l'offre

Pour favoriser la mise en oeuvre de ce développement touristique durable, l'espace protégé aura recours à des séances de consultation publique. Il constituera un forum permanent réunissant l'ensemble des acteurs concernés. Enfin, il organisera la mise en réseau des professionnels du tourisme et des autres acteurs du territoire. Ceci favorisera une meilleure intégration du tourisme dans la vie du territoire et la prise en compte des objectifs de développement durable par l'ensemble des acteurs locaux.

3. Décliner cette stratégie sous forme d'un programme d'actions.

Le programme détaille les actions déjà réalisées et à mettre en oeuvre pour atteindre les objectifs fixés par la stratégie.

Il précise les engagements des partenaires pour l'ensemble des thèmes suivants :

Amélioration de la qualité de l'offre touristique

Afin de répondre aux attentes des clientèles européennes l'espace protégé mènera avec ses partenaires un programme d'amélioration de la qualité de l'offre touristique du territoire. Cette démarche sera nécessairement fondée sur une approche marketing.

*Un
programme
d'actions
pluri-annuel*

- Connaissance des clientèles

Il est nécessaire de développer une approche marketing pour mieux connaître les attentes et exigences en matière de qualité et d'environnement des clientèles potentielles et des visiteurs. Ceci afin d'atteindre la meilleure adéquation de l'offre à la demande. Les produits et activités touristiques devront être conçus pour des marchés clairement identifiés et en fonction des objectifs de protection.

- Démarche Qualité

L'Espace protégé recherchera la qualité dans tous les domaines : les espaces d'accueil, les équipements et aménagements touristiques, toutes les prestations, les produits touristiques, la promotion, la commercialisation, sans oublier le service après-vente.

- Recherche de nouvelles clientèles

L'espace protégé recherchera de nouvelles clientèles sensibles à la qualité de l'environnement.

Par ailleurs, Il prendra en compte des clientèles souvent ignorées des offres touristiques comme par exemple les personnes handicapées, malades ou en convalescence, les jeunes, et des clientèles à faible revenu.

Toute forme d'élitisme sera évitée au niveau de l'accueil des visiteurs.

Création d'une offre touristique spécifique

L'espace protégé encouragera la création de produits et activités touristiques favorisant la découverte et l'interprétation du patrimoine. Ces produits de qualité, authentiques, pourront être identifiés comme des prestations spécifiques "espaces protégés".

Sensibilisation du public

- Éducation et interprétation

L'éducation à l'environnement et l'interprétation du patrimoine constitueront une priorité dans la politique touristique du territoire. Dans ce contexte, des activités ou équipements autour du patrimoine et de l'environnement seront proposés aux visiteurs, aux habitants du territoire et particulièrement aux jeunes visiteurs et aux publics scolaires. L'espace protégé assistera également les opérateurs touristiques dans l'élaboration d'un contenu pédagogique pour leurs activités.

- Information du public

Il sera proposé une information de qualité et facile d'accès aux visiteurs et aux habitants du territoire notamment sur l'offre touristique, la richesse exceptionnelle et la sensibilité des milieux naturels. Le public sera également

tenu informé des objectifs de la conservation du patrimoine et du développement durable.

Enfin, l'espace protégé s'assurera de l'approvisionnement régulier des opérateurs touristiques en matériel d'information destiné à leurs clients (brochures, cartes, etc.)

- Marketing et promotion responsable

Les actions de promotion et de vente de l'espace protégé permettront aussi de sensibiliser les visiteurs aux réelles valeurs du territoire, ainsi qu'aux principes du développement touristique durable. Elles devront contribuer à la gestion des visiteurs dans le temps et dans l'espace.

Formation des acteurs

La formation constituera un outil prioritaire de mise en oeuvre de la stratégie de développement touristique durable sur le territoire.

Des programmes de formation sur le thème du développement durable et du tourisme durable seront organisés pour les techniciens de l'espace protégé, les partenaires et les opérateurs touristiques.

L'Espace protégé s'engage notamment à organiser des séminaires à l'attention des opérateurs touristiques sur la connaissance du patrimoine local.

Ceux-ci seront issus de l'analyse des besoins en formation du territoire.

Préservation et amélioration de la qualité de vie des habitants

Afin de préserver la qualité de la relation entre les visiteurs et les accueillants, l'amélioration de la qualité de vie des habitants constituera une priorité. Dans cette optique, l'espace protégé favorisera leur participation dans la prise de décision, la promotion de l'emploi local, la promotion des échanges et contacts entre les visiteurs et les habitants. Le maintien d'un habitat locatif accessible aux habitants comme le soutien par le tourisme des services publics constitueront également une priorité.

Par ailleurs, l'espace protégé informera régulièrement les opérateurs touristiques des activités et événements du territoire et notamment de ceux qu'il organise.

Protection et mise en valeur du patrimoine naturel, culturel, historique

- Respect des capacités d'accueil

Des mesures spécifiques seront mises en place afin d'assurer le maintien du développement touristique dans les limites de capacité d'accueil et dans les limites des changements acceptés et raisonnables de l'environnement naturel, culturel et social du territoire. L'espace protégé devra, tout particulièrement, conseiller les opérateurs touristiques pour la conception de nouvelles activités compatibles avec les objectifs de protection.

Certains espaces, de par leur fragilité, ne pourront pas être ouverts au public.

- Mise en valeur du patrimoine

Le développement touristique du territoire sera fondé sur la mise en valeur du patrimoine naturel, culturel, historique. Des mesures, équipements, activités seront mis en place pour en favoriser l'accès du public et l'animation autour de ce patrimoine.

- Préservation des ressources naturelles .

En partenariat avec les collectivités locales, des programmes de gestion des ressources en eau, énergies et espaces seront mis en place sur le territoire. La priorité sera donnée à la réduction des consommations et à la promotion des énergies renouvelables et des technologies innovantes dans le domaine de la gestion des ressources et du traitement des déchets. L'espace protégé engagera également des actions pour réduire les rejets dans l'eau, l'air, les sols.

- Contribution du tourisme à l'entretien du patrimoine

Des systèmes seront définis pour que le développement touristique participe à la conservation, l'entretien et la mise en valeur du patrimoine naturel, culturel, historique. La mise en place d'un programme de souscription volontaire afin d'impliquer les visiteurs, les entreprises touristiques et les autres partenaires dans cette mission est encouragée.

Développement économique et social

- Soutien à l'économie locale

Les actions engagées par l'espace protégé encourageront les initiatives associant différents secteurs de l'économie locale de sorte que le tourisme génère un impact positif. Dans ce but, l'espace protégé favorisera l'organisation d'un circuit de distribution des produits et services locaux respectant la qualité de l'environnement.

- Développement de nouvelles formes d'emploi

L'espace protégé s'efforcera de promouvoir de nouvelles formes d'emploi dans le tourisme. Il favorisera la pluri-activité et l'intégration sociale à travers l'emploi et la formation en priorités des femmes, des personnes en difficultés économiques ainsi que des personnes handicapées.

Maîtrise de la fréquentation touristique

- Connaissance des flux de visiteurs

Des mesures d'analyse et de suivi des flux de visiteurs dans l'espace et dans le temps seront mises en place afin d'adapter les modes de gestion des flux .

- Canalisation des flux de visiteurs

L'implantation des équipements touristiques, l'organisation des itinéraires de découvertes, l'information des visiteurs contribueront à la canalisation des flux de visiteurs. Ceci afin de garantir la préservation de l'environnement naturel, culturel et social comme la qualité de l'expérience des visiteurs. Ces mesures permettront dans le même temps d'accroître l'impact économique de l'activité touristique sur le territoire en diminuant les inconvénients de la saisonnalité.

- Maîtrise des transports

Des efforts de promotion seront réalisés pour encourager l'utilisation des transports en commun tant pour l'accès à l'espace protégé que pour les déplacements dans ses limites. La réduction de la circulation des véhicules individuels constituera une priorité, tout comme la promotion du vélo ou de la marche.

- Gestion et intégration des équipements touristiques

La réhabilitation du patrimoine bâti sera préférée à la réalisation de nouvelles constructions. D'autre part, des cahiers des charges seront établis afin de garantir une conception et une gestion idoine des équipements d'accueil. L'utilisation des matériaux locaux comme le respect des traditions architecturales étant une priorité.

4. Valider le projet

L'espace protégé soumettra sa stratégie de développement touristique durable et le programme d'actions à la commission européenne d'évaluation qui statuera sur la qualité de son projet. Il recevra également la visite d'un expert du tourisme durable chargé d'évaluer la qualité du projet et des engagements sur le territoire.

La stratégie et le programme d'actions devront répondre aux exigences fixées par la Charte comme aux besoins du territoire mis en évidence lors du diagnostic. Ils devront être présentés selon les modèles accompagnant la Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés.

Le contrat d'engagement de l'espace protégé sera signé entre l'institution gestionnaire de l'espace protégé, son autorité de tutelle et la Commission européenne d'Evaluation.

5. Évaluer les résultats de la stratégie

L'espace protégé s'engage à suivre et évaluer les résultats de sa stratégie. Il transmettra à la Commission européenne d'évaluation un rapport des résultats de sa stratégie au terme d'un délai de cinq ans et recevra la visite d'un expert du tourisme durable chargé d'évaluer sur le territoire les réalisations et les efforts mis en oeuvre pour atteindre les objectifs fixés.

6. Renouveler l'adhésion à la Charte

La procédure de renouvellement de l'adhésion à la Charte est identique à

celle d'une première adhésion.

III. LE TOURISME DURABLE POUR LES ENTREPRISES TOURISTIQUES SITUEES DANS LES ESPACES PROTEGES

Les consommateurs européens sont de plus en plus exigeants en matière de qualité de l'environnement, d'authenticité et de convivialité. Ces attentes sont encore plus fortes à l'égard du tourisme dans les espaces protégés.

Pour répondre à cette demande des clientèles, les opérateurs touristiques mesurent aujourd'hui l'importance de préserver le patrimoine naturel, culturel de ces territoires comme de garantir un accueil chaleureux de la part de leurs habitants.

En adhérant à la Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés, le responsable de l'entreprise touristique s'engage à travailler en étroit partenariat avec l'institution gestionnaire de l'espace protégé et à tout mettre en oeuvre pour réduire l'impact de son activité sur les milieux naturels. Il choisit également d'orienter son activité pour que celle-ci contribue au mieux au développement économique et social du territoire comme à l'amélioration du cadre de vie.

La Charte permet à l'entreprise signataire :

- **d'être distinguée au niveau européen**

*Quels
Bénéfices
pour
l'entreprise
touristique ?*

- **de développer de nouvelles opportunités commerciales par :**

- le ciblage d'une nouvelle clientèle séduite par les espaces protégés
- une nouvelle offre axée sur la découverte de l'environnement
- la création d'une offre hors-saison
- la mise en place d'un partenariat commercial avec les autres acteurs **économiques** de la région
- une bonne connaissance de la fréquentation touristique de l'espace protégé et des attentes des clientèles actuelles ou futures.
(Ceci par la mise en commun des données statistiques)

- **de renforcer la qualité de son offre touristique par :**

- une meilleure organisation du tourisme sur l'ensemble du territoire
- une information de qualité sur l'espace protégé

- **de rationaliser ses charges par :**

- une meilleure gestion des consommations d'eau, d'énergie et d'espaces et par l'achat de produits et services de proximité
- des outils et des conseils pour adopter les techniques de gestion environnementale

Engagement pour le responsable de l'entreprise touristique

Des Principes

1. Accepter et respecter les principes du développement durable énoncés dans la présente Charte, en les adaptant à son activité.

Une méthode

2. Définir une stratégie à moyen terme (5ans) en étroite partenariat avec l'institution gestionnaire de l'espace protégé pour contribuer au développement touristique durable sur le territoire.

L'entreprise conduira un diagnostic de ses activités dans l'espace protégé, lui permettant de définir ou de réviser sa stratégie. Celle-ci s'inscrira en cohérence avec les objectifs de l'espace protégé.

Cette stratégie valorise son engagement à contribuer au respect de l'environnement, au développement économique et social du territoire, à la préservation de la qualité de vie, à la satisfaction des visiteurs.

Pour favoriser la mise en oeuvre du développement touristique durable, l'entreprise touristique renforcera sa collaboration avec les autres acteurs locaux (les représentants des autres secteurs économiques, les autorités locales ainsi que les habitants).

Elle s'associera tout particulièrement aux autres entreprises touristiques adhérant à la charte pour mettre en oeuvre des opérations de promotion commune ou faciliter l'accès à l'information des clients.

Cette stratégie constituera un élément promotionnel de son offre.

3. Décliner cette stratégie sous forme d'un programme d'actions.

*Un
programme
d'actions
pluri-annuel*

Ce programme d'actions, propre à l'entreprise signataire, détaillera les mesures mises en place ou à mettre en place pour les thèmes énoncés ci-après :

Amélioration de la qualité de l'offre touristique

Afin de répondre aux attentes des clientèles européennes, l'entreprise touristique mènera une démarche qualité au niveau de son offre. Cette démarche sera nécessairement fondée sur une approche marketing.

- Connaissance des clientèles

L'entreprise adoptera une approche marketing pour mieux connaître les attentes et exigences des clientèles actuelles et potentielles et adapter son offre à cette demande. Elle collaborera avec l'espace protégé aux études de clientèles de la destination. Ses produits et activités touristiques devront être conçus pour des marchés clairement identifiés et en fonction des objectifs de protection de l'environnement.

- Démarche Qualité

L'entreprise s'engage à effectuer une démarche Qualité portant sur tous les domaines de son activité : l'accueil, les services, les équipements et aménagements, les produits, la promotion, la commercialisation, sans oublier le service après-vente.

- Recherche de nouvelles clientèles

L'entreprise touristique recherchera de nouvelles clientèles sensibles à la qualité de l'environnement. Elle s'efforcera de prendre en compte les clientèles souvent ignorées des offres touristiques comme les personnes handicapées, malades ou en convalescence, les jeunes, et les clientèles à faible revenu. Elle évitera toute forme d'élitisme au niveau de la sélection des clientèles.

Création d'une offre touristique spécifique

L'entreprise touristique développera une offre touristique spécifique "Espaces protégés". Celle-ci sera orientée vers la découverte et l'appréciation du patrimoine naturel et culturel, la prise de conscience environnementale et la compréhension du rôle de l'espace protégé.

Sensibilisation du public

- Éducation et interprétation

L'entreprise touristique ajoutera un contenu pédagogique à toutes ses activités. Ceci aura pour objectif de faire comprendre et apprécier le patrimoine naturel et culturel local, d'expliquer le comportement à adopter et d'encourager les clients à modifier leurs habitudes pour le respect de l'environnement.

Ce contenu sera élaboré avec l'aide de l'autorité gestionnaire de

l'espace protégé.

- Information des visiteurs

Une information de qualité sur l'espace protégé sera disponible pour les clients en un lieu facile d'accès dans l'entreprise (cartes, guides touristiques, etc.).

Les clients seront également informés des objectifs de conservation du patrimoine et de développement durable.

- Marketing et promotion responsable

Les actions de promotion et de vente de l'entreprise touristique permettront de sensibiliser les visiteurs aux réelles valeurs de l'espace protégé.

Tous les documents de promotion et de communication devront mettre particulièrement en exergue le caractère fragile du territoire.

Ils devront, par ailleurs, signaler l'adhésion de l'entreprise à la présente Charte.

Formation du personnel

La formation du personnel constituera un outil prioritaire de réalisation des engagements de l'entreprise.

Son responsable s'engage à participer lui-même ou à faire participer son personnel aux séminaires sur le patrimoine local organisés par l'espace protégé. Ceci contribuera à l'amélioration de la qualité de l'information des clients.

Par ailleurs, le personnel sera sensibilisé aux mesures d'économies des ressources en eau et énergies. Il sera également conseillé pour sélectionner, de préférence, les produits recyclables ou dont le processus de production et d'emballage sont plus respectueux de l'environnement.

Préservation et amélioration de la qualité de vie des habitants

Afin de garantir l'accueil chaleureux de ses clients sur le territoire, l'entreprise s'engage à gérer son activité de manière à respecter au maximum la qualité de vie des habitants. Elle sensibilisera ses clients à ce sujet. Enfin, elle participera autant que possible aux activités et événements de la vie locale.

Protection et mise en valeur du patrimoine

- Respect des capacités d'accueil

Les activités touristiques proposées par l'entreprise seront compatibles avec les objectifs de conservation de l'espace protégé. Pour ce faire, elle s'assurera qu'elles ont un impact réduit sur

l'environnement. Elle tiendra compte des réglementations et prescriptions spécifiques à l'espace protégé et recherchera l'avis de ses techniciens pour la conception des nouvelles activités.

- Mise en valeur du patrimoine

L'entreprise touristique participera, autant que possible, à la mise en valeur du patrimoine naturel, culturel, historique dans l'environnement immédiat des établissements d'accueil ou des sites sur lesquels elle fonde son activité.

L'ensemble de ses activités seront, par ailleurs, fondées sur la découverte et la compréhension de ce patrimoine.

- Préservation des ressources naturelles

Un programme de gestion de la consommation en eau, en énergies et en espaces sera mis en place par l'entreprise afin de réduire les coûts et préserver les ressources naturelles.

Elle privilégiera l'achat de produits respectueux de l'environnement, en raison de leur composition et de leur conditionnement. (produits biodégradables, recyclables, réutilisables, ou recyclés.) En complément, un programme de tri sélectif et de valorisation des déchets sera prévu en partenariat avec l'espace protégé.

L'entreprise touristique veillera également à ce que ses établissements d'accueil soient correctement équipés d'installations permettant le traitement des eaux usées.

Enfin, dans le but de réduire les risques de pollution atmosphérique le responsable s'assurera du bon état de fonctionnement des équipements réfrigérants ou de climatisation placés dans les établissements d'accueil.

- Contribution de l'entreprise touristique à l'entretien du patrimoine

L'entreprise contribuera à l'entretien des sites naturels dans l'environnement immédiat des établissements d'accueil ou des sites sur lesquels elle fonde son activité. Elle s'engage, notamment, à préserver les richesses naturelles remarquables de sa propriété et à suivre les conseils de l'espace protégé en matière de protection de la faune et de la flore.

Elle assistera, également, les services techniques de l'espace protégé dans leur mission de suivi du milieu naturel, en signalant tout changement observé par ses employés ou par ses clients. Elle pourra également encourager ses clients à participer à des actions de volontariat organisées par l'espace protégé.

Développement économique et social

- Soutien à l'économie locale

La politique d'achat de l'entreprise donnera la préférence aux produits et services locaux. Ceci dans le cadre d'un rapport qualité/prix accepté par les parties. Cette éthique commerciale contribuera à renforcer la satisfaction des visiteurs. Elle aura pour but de promouvoir les produits respectueux de l'environnement (produits issus de l'agriculture biologique, activités traditionnelles contribuant au maintien de la qualité des paysages). L'entreprise touristique s'efforcera, par ailleurs, de respecter les rythmes de production et des saisons, ce qui contribuera à valoriser son offre auprès de ses clients.

L'entreprise s'efforcera également de donner la priorité à la main d'oeuvre locale. Originaire de la région, ce personnel saura mieux renseigner les visiteurs et leur faire partager sa connaissance du patrimoine local.

- Développement de nouvelles formes d'emploi

L'entreprise favorisera, autant que possible, l'intégration sociale à travers l'emploi de personnes en difficulté, l'aide au premier emploi des jeunes et l'équité entre l'emploi des femmes et des hommes.

Maîtrise de la fréquentation touristique

- Connaissance des flux de visiteurs

L'entreprise participera aux travaux d'analyse et de suivi des flux de visiteurs dans l'espace et dans le temps menés par l'espace protégé. Elle participera, notamment, à la réalisation des baromètres de l'activité touristique sur le territoire. Cette action lui permettra, entre autres, de mesurer l'impact de ses efforts de communication et de promotion.

- Canalisation des flux de visiteurs

L'entreprise touristique s'efforcera d'orienter ses visiteurs vers les sites les moins sensibles du territoire. Elle recommandera les itinéraires et sentiers touristiques favorisant une meilleure répartition des visiteurs dans l'espace.

Elle encouragera ses clients à venir en dehors des périodes de forte fréquentation, ceci en accord avec les efforts de promotion de l'espace protégé.

- Maîtrise des transports

Les clients seront encouragés à utiliser au maximum les transports en commun ou à découvrir l'espace protégé à vélo ou à pied ou par

d'autres moyens non polluant. Cette politique sera menée tant pour l'accès à l'établissement touristique que pour les déplacements dans l'espace protégé.

- Gestion et intégration des équipements touristiques

Lors de travaux d'agrandissement, de rénovation ou d'aménagement des bâtiments, l'entreprise touristique s'assurera du respect des volumes, du style architectural local, des matériaux et de l'insertion dans l'environnement. Pour les nouveaux équipements, la réhabilitation du patrimoine bâti sera privilégiée à la réalisation de constructions nouvelles.

Dans tous les cas, l'aménagement et la construction de nouveaux équipements devraient résulter d'un dialogue avec l'autorité responsable de l'espace protégé.

4. Valider la stratégie et le programme d'actions

L'entreprise soumettra sa stratégie et son programme d'action à la commission d'évaluation européenne qui statuera sur la qualité de son projet. Elle recevra la visite d'un expert du tourisme durable chargé d'évaluer la qualité de sa candidature.

L'entreprise devra être située sur un espace protégé signataire de la Charte européenne du tourisme durable.

La stratégie et le programme d'actions devront répondre aux exigences fixées par la Charte et s'inscrire en cohérence avec la stratégie du territoire. Ils devront être présentés selon les modèles accompagnant la Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés.

Le contrat d'engagement de l'entreprise touristique sera signé entre l'entreprise, l'autorité gestionnaire de l'espace protégé et la Commission européenne d'évaluation.

5. Évaluer les résultats de la stratégie

L'entreprise s'engage à suivre et évaluer les résultats de sa stratégie et de son programme d'actions au moyen d'un tableau de bord annuel transmis à l'espace protégé. Elle s'engage à distribuer systématiquement un questionnaire de satisfaction aux clients, dont les résultats seront adressés à la Commission européenne d'évaluation. En cas de non respect de la Charte, la Commission européenne d'évaluation mandatera un expert. L'entreprise s'engage à le recevoir dans les meilleures conditions et à faciliter sa mission au sein de son établissement.

6. Renouveler l'adhésion à la Charte

La procédure de renouvellement de l'adhésion à la Charte est identique à celle d'une première adhésion. Celle-ci aura une périodicité de trois ans.

IV. LE TOURISME DURABLE POUR LES ORGANISATEURS DE VOYAGES VERS ET DANS LES ESPACES PROTÉGÉS

Les organisateurs de voyages sont de plus en plus nombreux à proposer des circuits de découverte dans les espaces protégés. Ils confirment ainsi leur volonté de promouvoir une nouvelle forme de voyages et de découverte des milieux naturels, de la faune et de la flore.

Ces voyages volontairement limités pour des groupes de 12 à 15 personnes privilégient des rencontres de qualité avec les habitants des lieux visités.

Ils sont le fruit d'hommes et de femmes passionnés par la nature, désireux de la faire découvrir et de transmettre leurs connaissances du monde des espaces protégés.

En adhérant à cette charte, le responsable de l'entreprise organisatrice de voyages s'engage à adopter une nouvelle éthique du tourisme, contribuant ainsi au développement touristique durable des territoires qu'il programme. Son action s'oriente vers une meilleure satisfaction de ses clients, dont le respect de l'environnement et des cultures, ainsi que la réduction de l'impact de leurs activités sont un souci croissant.

Des avantages
pour les
organisateur
de voyages

La Charte permet à l'entreprise organisatrice de voyages :

- **d'être distinguée au niveau européen**
- **de développer de nouvelles opportunités commerciales par :**
 - le ciblage de clientèles très sensibles au respect de l'environnement
 - une offre répondant aux attentes d'une nouvelle clientèle européenne
 - un partenariat avec les organisateurs de voyages des autres pays d'Europe
- **de renforcer la qualité de son offre par :**
 - un accueil mieux organisé dans les espaces protégés qu'elle programme
 - l'intervention des acteurs locaux lors de ses voyages
 - un soutien de l'espace protégé dans l'élaboration de ses produits (identification de sites, disponibilité du personnel de

l'espace protégé, aide à l'identification des personnalités locales pouvant intervenir durant le séjour...)

• **de renforcer la satisfaction de ses visiteurs par :**

- son engagement formel en faveur du développement touristique durable des espaces protégés
- le choix de petits groupes et d'un accompagnement de qualité

Engagement pour l'organisateur de voyages

Des Principes

1. Accepter et respecter les principes du développement durable énoncés dans la présente Charte, en les adaptant à son activité.

Une Méthode

2. Définir une stratégie en étroite partenariat avec l'institution gestionnaire de l'espace protégé.

Cette stratégie concrétise son engagement, vis-à-vis du territoire, en matière de :

Respect de l'environnement,

Soutien au développement économique et social

Préservation de la qualité de la vie

Satisfaction des clientèles.

Elle fixe les principaux objectifs à atteindre pour l'entreprise.

Pour contribuer au développement touristique durable du territoire, l'entreprise renforcera sa collaboration avec les prestataires locaux (hôteliers, agences locales de tourisme, restaurateurs, artisans, personnalités locales pouvant intervenir au cours des circuits).

Elle s'impliquera également dans la vie du territoire en participant autant que possible aux réunions organisées par l'espace protégé et en apportant de nouvelles idées pour la mise en place et le suivi de la stratégie de développement touristique durable.

3. Décliner cette stratégie sous forme d'un programme d'actions

Ce programme d'actions détaille les actions réalisées ou à mettre en oeuvre pour atteindre les objectifs fixés par la stratégie

Il précise les engagements de l'entreprise pour l'ensemble des thèmes suivants :

Amélioration de la qualité de l'offre

Afin de répondre aux attentes des clientèles européennes, l'entreprise organisatrice de voyages assistera l'espace protégé dans sa démarche qualité, en apportant des conseils et recommandations. Elle effectuera la même démarche Qualité pour son offre.

- Connaissance des clientèles

Afin d'améliorer la satisfaction de ses clients, l'entreprise transmettra régulièrement à l'institution gestionnaire de l'espace protégé les informations sur les attentes et besoins de ses clients. Ceci permettra à la destination d'adapter son offre à la demande.

- Démarche Qualité

L'offre de l'entreprise devra elle-même être fondée sur une approche qualitative : qualité de l'accueil, des prestations, équipements et aménagements sélectionnés, de la promotion, la commercialisation, sans oublier du service après vente. Une sélection rigoureuse des prestataires locaux aidera l'entreprise à effectuer cette démarche.

- Recherche de nouvelles clientèles

L'entreprise recherchera de nouvelles clientèles sensibles à la qualité de l'environnement. Elle s'efforcera de prendre en compte des clientèles souvent ignorées des offres touristiques comme les personnes handicapées, malades ou en convalescence, les jeunes et les clientèles à faible revenu.

Elle évitera toute forme d'élitisme au niveau de la sélection des clientèles.

Création d'une offre touristique spécifique

L'offre de voyages développée par l'entreprise devra favoriser en priorité la découverte et l'appréciation du patrimoine naturel et culturel, la prise de conscience environnementale, la compréhension du rôle de l'espace protégé.

À cet effet, elle fera intervenir des animateurs naturalistes dans ses circuits, et présentera l'environnement selon l'approche systémique : compréhension de l'ensemble du système de l'environnement ou d'un habitat. Ces animateurs auront une très bonne connaissance des milieux et sites visités.

Sensibilisation des visiteurs

- Éducation et Interprétation

L'entreprise orientera l'ensemble de ses circuits et séjours dans l'espace protégé vers la sensibilisation et l'éducation des visiteurs à l'environnement. Elle cherchera à faire évoluer le regard de ses clients sur la nature et à mieux faire comprendre les milieux visités.

- Information des visiteurs

Dans la mesure du possible, l'entreprise organisera des séances de préparation au voyage. Elle intégrera également une information complète sur l'espace protégé dans les carnets de voyages. Ceci aura pour but de sensibiliser ses clients au patrimoine naturel et culturel et aux traditions qu'ils découvriront.

Par ailleurs, une information de qualité sera fournie durant le voyage par l'accompagnateur et les différents intervenants.

Les clients seront tout particulièrement informés sur les comportements à adopter, en ce qui concerne l'achat de souvenir et sur le respect de la faune, de la flore et du cadre de vie.

Les clients seront également informés des objectifs de conservation du patrimoine et du développement durable.

- Marketing et promotion responsable

Les actions de promotion et de vente de l'entreprise permettront de sensibiliser les visiteurs aux réelles valeurs de l'espace protégé.

Il s'agira aussi d'adopter une communication responsable sur la faune à observer. (Ne pas garantir l'observation des animaux, mais proposer la découverte de leur milieu de vie).

Tous les documents de promotion devront, en particulier, mettre en exergue le caractère fragile des territoires visités.

La brochure et les autres documents de vente pourront comporter des recommandations aux futurs visiteurs des espaces protégés. Enfin, l'adhésion de l'entreprise à la présente Charte ne pourra être signalée que sur les produits ayant fait l'objet d'un contrat avec l'espace protégé et la Commission européenne d'évaluation.

Formation du personnel

La formation constituera un outil prioritaire de réalisation des engagements de l'entreprise.

Son personnel de vente comme ses forfaitistes et ses accompagnateurs seront sensibilisés à la démarche de développement touristique durable. Il complètera également ses connaissances sur le patrimoine naturel et culturel des territoires visités. Ceci contribuera à une meilleure information et satisfaction de la clientèle.

Préservation et amélioration de la qualité de vie des habitants de l'espace protégé

Afin de garantir la qualité de la relation entre ses clients et les habitants, l'entreprise s'efforcera, à tout moment, de préserver voire d'améliorer la qualité de vie de ces derniers. À ce titre, la priorité sera donnée au respect du cadre de vie et des coutumes locales.

Dans ce but, la taille des groupes sera volontairement limitée à 12 à 15 personnes. Des recommandations seront également données sur les comportements à adopter pour ne pas heurter la sensibilité des habitants. Ceci sera notamment de la responsabilité des accompagnateurs.

Enfin, l'entreprise s'impliquera dans la vie locale en participant notamment à la promotion des manifestations culturelles organisées par les habitants de l'espace protégé.

Protection et mise en valeur du patrimoine

- Respect des capacités d'accueil

Les activités proposées par l'entreprise seront compatibles avec les objectifs de conservation de l'espace protégé. Pour ce faire, elle s'assurera qu'elles ont un impact réduit sur l'environnement. Elle tiendra compte des réglementations et prescriptions spécifiques à l'espace protégé et recherchera l'avis de ses techniciens pour la conception de nouvelles activités.

- Mise en valeur du patrimoine

L'entreprise participera, autant que possible, à la mise en valeur du patrimoine naturel, culturel et historique. Ses activités seront notamment fondées sur la découverte et la compréhension de ce patrimoine

- Préservation des ressources naturelles

Le tour-opérateur privilégiera dans sa programmation des prestataires locaux respectueux de l'environnement. Ceux-ci auront adoptés une gestion environnementale tant pour les ressources en eau, énergie et espaces que pour le traitement des rejets.

L'entreprise veillera à réduire l'impact de ses propres activités sur les ressources naturelles.

- Contribution de l'entreprise à l'entretien du patrimoine

L'entreprise assistera l'espace protégé dans sa mission de protection et de suivi des milieux naturels, en signalant tout changement observé par ses clients ou par ses guides accompagnateurs.

Par ailleurs, elle mettra en place un programme de retour sur capital. Elle inclura une part du prix des voyages au bénéfice de la conservation et de l'entretien du patrimoine et le fera savoir aux clients.

Développement économique et social

- Soutien à l'économie locale

Afin de soutenir l'économie locale, l'entreprise encouragera un développement touristique qui soit le fruit de l'initiative locale. Dans ce but, elle fera intervenir au maximum les prestataires locaux dans ses voyages tant au niveau de l'accompagnement, des hébergements, de la restauration que des approvisionnements.

- Développement de nouvelles formes d'emploi

L'entreprise favorisera, autant que possible, l'intégration sociale à travers l'emploi de personnes locales en difficultés, des jeunes et l'équité entre l'emploi des femmes et des hommes.

Maîtrise de la fréquentation touristique

- Connaissance des flux de visiteurs

L'entreprise contribuera au suivi et à la connaissance des flux de visiteurs, en apportant, à l'espace protégé, des informations régulières sur les itinéraires qu'elle emprunte et les périodes de fréquentation.

- Canalisation des flux de visiteurs

L'entreprise s'efforcera d'orienter ses clients vers les sites les moins sensibles du territoire. Elle encouragera également la découverte de l'espace protégé en dehors des fortes périodes de fréquentation. Ceci en accord avec les efforts de promotion de l'espace protégé

- Maîtrise des transports

Les déplacements vers et dans l'espace protégé devront utiliser au maximum les transports en commun, la marche à pied ou le vélo). Dans ce but, l'entreprise informera ses clients des moyens de se rendre sur les sites par les transports en commun. Elle s'efforcera également d'organiser les rendez-vous à partir des gares ou points d'arrivée par ces moyens de transport.

Par ailleurs, les loisirs motorisés seront exclus de tous produits touristiques lorsqu'ils seront utilisés à des fins de loisirs (par exemple les véhicules de loisir 4X4, etc.).

- Gestion et intégration des équipements touristiques

Afin de soutenir les efforts de valorisation de l'architecture locale

menés par le territoire, l'entreprise privilégiera des hébergements de caractère, bien intégrés dans leur environnement paysager.

4. Valider l'engagement de l'entreprise organisatrice de voyages

L'entreprise soumettra sa stratégie et son programme d'actions à la commission d'évaluation européenne qui statuera sur la qualité de son projet.

Pour les prestations se déroulant dans les espaces protégés cosignataires, l'offre de l'entreprise devra répondre aux exigences fixées par la Charte européenne du tourisme durable. Pour son offre globale, elle devra respecter l'éthique du développement touristique durable.

Le contrat d'engagement de l'entreprise touristique sera signé avec l'autorité gestionnaire de chaque espace protégé et la Commission européenne d'évaluation

5. Évaluer

L'entreprise s'engage à suivre et évaluer les résultats de sa stratégie et de son programme d'actions au moyen d'un tableau de bord annuel transmis à l'espace protégé concerné par les prestations.

Elle s'engage à distribuer systématiquement un questionnaire de satisfaction aux clients, dont les résultats seront adressés à la Commission européenne d'évaluation. En cas de non respect de la Charte, la Commission européenne d'évaluation mandatera un expert chargé de tester le produit.

6. Renouveler l'adhésion à la Charte.

La procédure de renouvellement de l'adhésion à la Charte est identique à celle d'une première adhésion. Celle-ci aura une périodicité d'un an.

Annexe 3 : Charte de Lanzarote

Charte du tourisme durable

Les participants de la Conférence mondiale du Tourisme durable, réunis à Lanzarote, îles Canaries, Espagne, les 27 et 28 avril 1995, Conscients que le tourisme est un phénomène de portée mondiale qui répond aux plus profondes aspirations de tous les peuples, ainsi qu'un important élément de développement social, économique et politique pour de nombreux pays, Reconnaissant que le tourisme, de par son caractère ambivalent, puisqu'il peut contribuer de manière positive au développement socio-économique et culturel, mais aussi à la détérioration de l'environnement et à la perte de l'identité locale, doit être abordé dans une perspective globale, Conscients que les ressources sur lesquelles se base le tourisme sont fragiles et que la demande pour une meilleure qualité de l'environnement est croissante,

Reconnaissant que le tourisme offre la possibilité de voyager et de connaître d'autres cultures, et que le développement du tourisme peut favoriser le rapprochement et la paix entre les peuples, créant une conscience respectueuse de la diversité des cultures et des modes de vie, Rappelant la Déclaration universelle des Droits de l'Homme, adoptée par l'Assemblée générale des Nations Unies et les nombreuses déclarations des Nations Unies, tout comme les conventions régionales sur le tourisme, l'environnement, la préservation du patrimoine culturel et le développement durable,

S'inspirant des principes énoncés dans la Déclaration de Rio sur l'Environnement et le Développement, ainsi que des recommandations de l'Agenda 21,

Rappelant les déclarations préalables en matière de tourisme comme la Déclaration de Manille sur le Tourisme mondial, la Déclaration de La Haye, la Charte du Tourisme et le Code du Touriste, Reconnaissant la nécessité de développer un tourisme qui réponde aux attentes économiques et aux exigences de la protection de l'environnement et qui respecte non seulement la structure sociale et les caractères physiques de la destination, mais aussi la population locale,

Considérant comme prioritaires la protection et la consolidation de la dignité humaine des populations locales tout comme des touristes, Conscients de la nécessité de créer un partenariat entre les principaux acteurs qui participent à cette activité, afin de forger l'espoir d'un tourisme plus responsable vis-à-vis de notre patrimoine commun,

EN APPELLENT à la communauté internationale et DEMANDENT, en particulier, aux gouvernements, aux pouvoirs publics, aux décideurs et aux professionnels du monde du tourisme, aux associations et aux institutions publiques et privées dont les activités sont liées au tourisme et aux touristes eux-mêmes, d'adopter les principes et les objectifs de cette Déclaration, qui sont les suivants :

1. Le développement touristique doit reposer sur des critères de durabilité ; il doit être supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales. Le développement durable est un processus encadré visant une gestion globale des ressources afin d'en assurer la durabilité, tout en permettant de préserver notre capital naturel et culturel, y compris les espaces protégés. Le tourisme étant un puissant instrument de développement, il peut et doit jouer un rôle actif dans la stratégie de développement durable. Une bonne gestion du tourisme doit donc garantir le caractère durable des ressources dont cette activité dépend.

2. Le tourisme doit contribuer au développement durable, en s'intégrant dans le milieu naturel, culturel et humain ; il doit respecter les équilibres fragiles qui caractérisent de nombreuses destinations touristiques, en particulier les petites îles et les zones écologiquement fragiles. Les incidences du tourisme sur les ressources naturelles, sur la biodiversité et sur la capacité d'assimilation des impacts et des déchets engendrés, doivent rester acceptables.

3. L'activité touristique doit considérer ses effets induits sur le patrimoine culturel et sur les éléments, les activités et la dynamique traditionnels de chaque population locale. La reconnaissance de ces facteurs locaux et le soutien de leur identité, de leur culture et de leurs intérêts doivent être des points de référence incontournables lors de la conception des stratégies touristiques, en particulier dans les pays en voie de développement.

4. La contribution active du tourisme au développement durable présuppose nécessairement la solidarité, le respect mutuel et la participation de tous les acteurs, du secteur public et privé, impliqués dans le processus. Cette concertation doit se baser sur des mécanismes efficaces de coopération à tous les niveaux : local, national, régional et international.

5. La préservation, la protection et la mise en valeur de la richesse du patrimoine naturel et culturel offrent un cadre privilégié pour la coopération. Cette approche implique que tous les responsables relèvent ce véritable défi qu'est l'innovation culturelle, technologique et profession-

nelle, et concentrent leurs efforts pour créer et mettre en œuvre des instruments de planification et de gestion intégrés.

6. Les critères de qualité visant à assurer la préservation de la destination touristique et le degré de satisfaction du touriste, critères définis de manière conjointe avec les populations locales et basés sur les principes du développement durable, doivent être des objectifs prioritaires lors de la formulation des stratégies et des projets touristiques.

7. Pour participer au développement durable, le tourisme doit se baser sur l'éventail de possibilités qu'offre l'économie locale. Les activités touristiques doivent pleinement s'intégrer dans l'économie locale et contribuer de manière positive au développement économique local.

8. Toute option de développement touristique doit avoir une incidence effective sur l'amélioration de la qualité de vie de la population, et contribuer à l'enrichissement socio-culturel de chaque destination.

9. Les gouvernements et les autorités compétentes doivent entreprendre des actions de planification intégrées du développement touristique en partenariat avec les ONG et les populations locales pour contribuer au développement durable.

10. Reconnaissant l'objectif de cohésion économique et sociale entre les peuples de la planète comme un des principes fondamentaux du développement durable, il est urgent que soient mises en place des mesures permettant un partage plus équitable des bénéfices et des charges engendrés par le tourisme. Cela implique un changement dans les modèles de consommation et l'introduction de méthodes de fixation de prix permettant l'intégration des coûts environnementaux.

Les gouvernements et les organisations multilatérales devraient donner priorité et renforcer les aides directes ou indirectes destinées aux projets touristiques contribuant à l'amélioration de la qualité de l'environnement. Dans ce contexte, il convient d'étudier l'application harmonieuse au niveau international d'instruments économiques, juridiques et fiscaux, afin de garantir l'utilisation durable des ressources dans les activités touristiques.

11. Les régions vulnérables, aujourd'hui et à l'avenir, du point de vue de l'environnement et de la culture, doivent être considérées comme prioritaires pour la coopération technique et les aides financières en vue d'un développement touristique durable. Les régions particulièrement dégradées par des modèles touristiques obsolètes et à fort impact doivent aussi faire l'objet d'une attention particulière.

12. Le développement des formes alternatives de tourisme respectant les principes du développement durable ainsi que la diversification des produits touristiques constituent des facteurs de stabilité, à moyen comme à long terme. Il convient, dans ce sens, et en particulier dans le cas de nombreuses petites îles et des zones écologiquement fragiles, de favoriser et de renforcer de manière active la coopération régionale.

13. Les gouvernements, l'industrie, les autorités et les ONG compétentes en matière de tourisme doivent encourager et participer à la création de réseaux accessibles de recherche, de diffusion d'information, et de transfert de connaissances et de technologies appropriées en matière de tourisme durable.

14. La définition d'une politique en matière de tourisme durable suppose le soutien et la promotion de systèmes de gestion touristique compatibles avec l'environnement, d'études de faisabilité permettant la transformation du secteur, tout comme la mise en œuvre de projets de démonstration et le développement de programmes de coopération internationale.

15. L'industrie touristique, en collaboration avec les organismes et les ONG dont les activités sont liées au tourisme, doivent définir le cadre spécifique de mise en œuvre des actions actives et préventives pour un développement touristique durable. Ils doivent élaborer des programmes afin de favoriser l'application de ces mesures dans la pratique. Ils sont chargés d'assurer le suivi des actions, d'informer des résultats obtenus et d'échanger leurs expériences.

16. Le rôle et les effets sur l'environnement du transport lié au tourisme doivent faire l'objet d'une attention particulière. Il convient dans ce sens de créer des instruments et de prendre des mesures afin de réduire la part des énergies et des ressources

utilisées non renouvelables, et d'encourager les mesures visant à recycler et à réduire les déchets engendrés dans les installations touristiques.

17. Afin que le tourisme soit une activité durable, il est essentiel que les principaux acteurs intervenant dans les activités touristiques, les membres de l'industrie en particulier, adoptent et appliquent des codes de conduite favorisant la durabilité. De tels codes de conduite peuvent être des instruments efficaces pour le développement d'activités touristiques responsables.

18. Toutes les mesures nécessaires pour informer et favoriser la prise de conscience de l'ensemble des parties intervenant dans l'industrie touristique, qu'elles soient locales, nationales, régionales ou internationales, sur le contenu et les objectifs de la Conférence de Lanzarote doivent être mises en œuvre.

Résolution finale

La Conférence mondiale du Tourisme durable considère essentiel de lancer les appels publics suivants :

1. La Conférence recommande aux États et aux gouvernements régionaux d'élaborer d'urgence des programmes d'action pour un développement durable au secteur du tourisme, en accord avec les principes énoncés dans cette Charte.

2. La Conférence a décidé de soumettre la Charte du Tourisme durable au secrétaire général des Nations Unies, afin qu'elle soit prise en considération par les organismes et agences du système des Nations Unies, ainsi que par les organisations internationales ayant des accords de coopération avec les Nations Unies, en vue de sa présentation devant l'Assemblée générale.

Résolution sur le Comité de suivi

Suite à la Conférence mondiale du Tourisme durable, et à l'adoption de la Charte mondiale du Tourisme durable, et de par l'importance des accords obtenus, il convient d'en assurer l'avenir. Il est vital d'assurer la continuité de la ligne de travail et de favoriser la coopération ici entamées.

Afin de consolider le travail déjà réalisé, il est nécessaire d'assurer un suivi et de veiller à l'application de cette Charte du Tourisme durable.

Dans ce sens, les points suivants ont été adoptés :

1. La création d'un Comité de suivi pour la Charte et son programme d'action qui sera constitué des institutions et des agences internationales composant le Comité organisateur de la Conférence.

2. Le Comité de suivi doit assurer la promotion et la diffusion de la Charte et veiller à son application optimale. Il doit également entreprendre des activités afin d'en garantir la continuité, détecter les situations critiques, et encourager toutes les entités publiques et privées à appliquer et à respecter les principes du tourisme durable.

3. Le Comité doit favoriser la réalisation d'études, de projets et d'actions de nature à créer des situations exemplaires pouvant servir de référence pour tout problème majeur au niveau mondial ; ceci constitue la meilleure manière d'appliquer la Charte et les principes du développement durable.

4. Ce Comité est chargé d'assurer la continuité et le suivi des accords de cette conférence et a la responsabilité de la diffusion et de la présentation de la Charte auprès des acteurs du développement durable en matière de tourisme, y compris devant les représentants de l'industrie touristique, les organismes gouvernementaux, les ONG, les agences des Nations unies, et autres institutions internationale

Annexe 4 : Clef verte

LES CRITERES DE LA CLEF VERTE

La gestion environnementale au quotidien

Les critères de la Clef Verte ont été établis au niveau international par la coordination, puis adaptés aux spécificités françaises par l'of-FEEE, en partenariat avec la FNHPA pour les campings et de l'UMIH pour les hôtels (voir la page [partenaires](#)). Les gîtes, chambres d'hôtes sont pour l'heure soumis aux critères hôteliers. Une grille spécifique est en cours d'élaboration.

Les critères sont évolutifs et concernent les thèmes suivants:

- **La gestion environnementale générale:** respect de la législation, établissement de projets environnementaux sur 2 ans, implication des fournisseurs
- **La gestion des déchets:** réduction des quantités à la source (utilisation d'emballages collectifs), tri sélectif
- **La gestion de l'eau:** assainissement conforme, suivi régulier des compteurs, équipements économiques (robinets, douches, WC), arrosage raisonné
- **La gestion de l'énergie:** suivi régulier des consommations, isolation des bâtiments chauffés, utilisation d'énergies renouvelables, ampoules basse-consommation
- **Espaces intérieurs et extérieurs:** organisation d'espaces non-fumeurs, utilisation de produits respectueux de l'environnement, compost
- **L'éducation à l'Environnement:** implication des employés du camping, sensibilisation des clients à la nature et au respect de l'environnement
- **L'aménagement du terrain** (*pour les campings*): espaces verts suffisants, densité d'occupation inférieure à 50 emplacements par hectare, circulation automobile réglementée et interdite la nuit

PROCEDURES ET AVANTAGES

**Un label indépendant
et un atout pour votre promotion**

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA PROMOTION DE L'ECOTOURISME EN TUNISIE

La Clef Verte est à la fois un outil de gestion pour les propriétaires d'hébergements touristiques ET un outil de promotion pour les lauréats.

En effet, par ses procédures et son questionnaire didactique, la Clef Verte permet à chaque étape au professionnel de porter un regard sur sa propre gestion environnementale et d'y apporter les améliorations nécessaires.

Comment obtenir le label la première fois?

La Clef Verte est un label volontaire, positif et annuel.

- 1) Postuler
- 2) Remplir le questionnaire
- 3) Renvoyer le questionnaire
- 4) Recevoir une visite
- 5) Réunion du jury
- 6) Renouveler le label

calendrier de la campagne 2008

dès maintenant
automne 2007
printemps 2008
été 2008
automne 2008
mars 2009
*puis tous les ans au mois
de mars*

Pour garantir l'indépendance du label, une participation aux frais de dossiers est demandée aux candidats qui retournent leur dossier (étape 3).

30 € + 1,5€ / chambre ou emplacement

30€ + 0,9€ / chambre ou emplacement pour les membres de l'UMIH ou de la FNHPA

dans les deux cas, un minimum a été fixé à 80€ et un plafond à 500€

Une fois labellisés, tous les lauréats ont la possibilité d'utiliser le logo sur leurs supports web et papier, un diplôme et un autocollant leur est remis. Ils ont en outre la possibilité d'acheter des panneaux de promotion pour informer leurs clients sur le label.

Rappelons qu'un label ne fonctionne que s'il est connu et que les clients qui fréquentent les établissements labellisés sont satisfaits de leur "expérience environnementale".

Comment se fait la communication?

La Clef Verte est bien sûr un outil de promotion de votre établissement, puisqu'elle est reconnue dans plusieurs pays, et la montée du tourisme durable en fait un instrument de choix pour la sélection du lieu de vacances. Pour cela, l'of-FEEE encourage les lauréats à utiliser cet outil dans leurs propres supports de communication (brochure, site internet, partenariats...).

Les lauréats bénéficient en outre d'une promotion:

- Présence sur le site Clef Verte
- Présence sur le site international www.green-key.org
- Présence dans la presse nationale et régionale suite à la Conférence de presse annuelle.
- Présence dans le Guide Bel Air et dans le guide officiel des terrains (pour les campings)
- Présence dans le guide allemand ADAC (pour les campings qui sont sélectionnés)

Par ailleurs, la Clef Verte peut être un support pour communiquer avec vos employés, vos fournisseurs, partenaires touristiques...

Critères de la Clef Verte pour les Meublés et
Chambres d'Hôtes



La Clef
Verte

Gestion environnementale générale

- Critères impératifs**
 - **Votre établissement est-il conforme aux législations environnementales nationales et locales ? (eau, déchets, hygiène...)**
 - **L'établissement est-il situé sur un périmètre non pollué et ne présentant aucun risque majeur pour la santé et la sécurité des hôtes ?**
 - **L'établissement a-t-il une politique environnementale formulée par écrit et connue des clients et des salariés?**
 - **Les objectifs d'amélioration et les plans d'actions pour les 2 prochaines années sont-ils établis par écrit?**
 - **Le propriétaire de l'établissement est-il la personne référente sur les sujets environnementaux?**
- Critères optionnels*
 - *Avez-vous établi une collaboration avec vos fournisseurs ou les acteurs locaux sur les questions environnementales?*

L'engagement du personnel

- Critères impératifs**
 - **Le propriétaire et les personnes responsables ont-ils été formés sur les enjeux environnementaux ?**
 - **Les employés ou travailleurs bénévoles ont-ils connaissance des engagements environnementaux de l'établissement?**

Information aux hôtes

- Critères impératifs**
 - **Si vous êtes lauréat, afficherez-vous clairement que la Clef Verte vous a été attribuée ?**
 - **Le propriétaire a-t-il créé un classeur contenant de la documentation et des justificatifs concernant La Clef Verte?**
 - **Informez-vous vos hôtes sur vos actions environnementales du meublé et leur indiquez-vous de quelle façon ils peuvent y contribuer ?**
 - **Si vous êtes lauréat, les clients auront-ils facilement accès aux informations concernant les critères de la Clef Verte ?**
 - **Des informations concernant les économies d'énergie et d'eau sont-elles affichées pour les hôtes?**
 - **Le propriétaire propose-t-il un questionnaire de satisfaction aux clients concernant ses initiatives environnementales?**

Gestion de l'eau

- Critères impératifs**
 - **Procédez-vous au relevé des compteurs d'eau au moins une fois par mois pendant la période d'ouverture ?**
 - **Le débit des douches est-il inférieur à 9 litres par minute (la première année 50%) ?**
 - **Le débit d'eau des robinets ne doit pas dépasser 8 litres/minutes. (la première année, 50% des robinets doivent être économiques)**
 - **Votre piscine est-elle conforme à la réglementation sanitaire (renouvellement de l'eau, traitement sanitaire) ?**
 - **Pouvez-vous certifier qu'il n'y a dans l'établissement aucune fuite au niveau des robinets et des toilettes ? (ou : avez vous un dispositif qui permet de remédier aux fuites en moins de 24h ?)**
 - **Y a t-il une corbeille dans chaque salle de bain ?**
- Critères optionnels*
 - *Des compteurs d'eau séparés doivent être installés pour chaque secteur fortement consommateur (logement des propriétaires, piscine, cuisine...)*
 - *Afin d'économiser l'eau de distribution, avez-vous déjà étudié d'autres possibilités d'approvisionnement en eau? (source, forage, puits... pour arroser les espaces verts, nettoyer les espaces extérieurs ou encore alimenter la piscine)?*

Ménage et nettoyage

- Critères impératifs**
 - Une signalétique informe-t-elle les clients que les draps et les serviettes ne sont changés que sur leur demande ?
 - Lors de l'achat de produits nettoyants et lavants, vous engagez-vous à acheter des produits ne contenant aucune des substances citées ci-dessus : EDTA, NAS, phosphonates, azurants optiques ?
 - Les désinfectants sont-ils utilisés en quantité mesurée ? (installation de pompes pour une dilution automatique et minimale, formation pointue du personnel...)
 - Le personnel est-il formé à ne pas dépasser la quantité recommandée de détergent et de désinfectant indiquée sur l'emballage ?
 - Les essuie-mains et le papier toilette sont-ils fabriqués en matière non-chlorée et/ou portent-ils un label écologique ?

Gestion des déchets

- Critères impératifs**
 - Avez-vous mis en place le tri sélectif pour les déchets pouvant être traités par la collectivité locale ?
 - Les instructions sur la manière de trier les déchets sont-elles affichées clairement pour les clients ?
 - Les clients ont-ils la possibilité de trier leurs déchets à l'intérieur de leur location ?
 - Si le meublé utilise de la vaisselle jetable, est-elle exclusivement faite de carton ou d'amidon et uniquement utilisée autour de la piscine ou dans le cadre de paniers repas ?
 - Veillez-vous à ce que les articles de toilette comme le shampoing, le savon, les gels de douche, etc. ne soient pas emballés individuellement ou soient conditionnés sous emballage recyclable ?
 - Veillez-vous à ce que la crème, le beurre, la confiture ne soient pas emballés individuellement ou soient conditionnés sous emballage recyclable ?
- Critères optionnels*
 - Si aucune autorité locale n'assure la collecte des déchets à proximité de l'établissement, assurez-vous leur transport vers le site le plus approprié pour les traiter ?
 - L'établissement doit organiser la collecte des emballages ou autres déchets avec ses fournisseurs.

Gestion de l'énergie

- Critères impératifs**
 - Le système de ventilation est-il entretenu régulièrement afin d'être efficace à tout moment ?
 - Les joints d'étanchéité des appareils qui conservent ou produisent du chaud ou du froid sont-ils performants ? (réfrigérateurs, chambres froides, postes de réchauffage, fours)
 - Lors du remplacement des pompes et appareils de refroidissement, vous engagez-vous à ce qu'ils soient exempts de réfrigérants CFC ?
 - Lors du remplacement des équipements électriques domestiques (machines à laver, téléviseurs...), vous engagez-vous à ce qu'ils soient de classe énergétique A ou A+ ?
 - Les réfrigérateurs dans les chambres ou meublés non loués sont-ils éteints ? (lorsque les chambres ne sont pas occupées pendant au moins 3 jours consécutifs)
 - Les téléviseurs dans les chambres ou meublés sont-ils éteints entre chaque location ou nettoyage de la location ?
 - Au moins 50% des ampoules sont-elles de classe énergétique A ou A+ (ampoules basse consommation) ?
 - Avez-vous programmé le remplacement des éclairages non économes ? (Les raisons de ne pas avoir des ampoules d'énergie efficaces doivent être clairement expliquées)
 - Les lumières extérieures inutiles s'éteignent-elles automatiquement ?
 - Si vous agrandissez les bâtiments et/ou faites des travaux, vous engagez-vous à prévoir dès la conception de ne pas utiliser de climatisation ?
- Critères optionnels*

- Avez-vous mis en place des compteurs électriques divisionnaires pour la cuisine, le chauffage, la climatisation, la ventilation... ?
- Le bâtiment est-il isolé au-delà de la réglementation nationale (RT 2005) ?
- Votre système de chauffage est-il autre qu'électrique ?

- Utilisez-vous de l'énergie renouvelable pour la production de chaleur ou d'eau chaude ?
- Utilisez-vous de l'énergie renouvelable pour la production d'électricité ?
- Les chambres et les pièces communes sont-elles équipées d'extinction automatique des lumières ?
- Le système d'air conditionné s'éteint-il automatiquement quand les fenêtres sont ouvertes ?
- Existe-t-il des systèmes de récupération de chaleur pour les systèmes de réfrigération, des ventilateurs, des piscines ou de l'eau usagée sanitaire ?

Alimentaire

- Critères impératifs**
 - **Les stocks de nourriture et boisson comptent-ils au moins 25% (en valeur monétaire) de produits locaux, ou de produits issus de l'agriculture biologique ou du commerce équitable ?**
 - **La part de ces produits est-elle maintenue sinon augmentée chaque année ?**
- Critères optionnels*
 - *Proposez-vous à la vente des produits issus de l'agriculture biologique, de votre propre production ou produits localement?*

Environnement intérieur

- Critères impératifs**
 - **La réglementation nationale concernant les éléments polluants (amiante, plomb...) est elle respectée ?**
 - **Les nuisances sonores sont-elles réduites à l'intérieur du meublé de façon à ne pas dépasser 30 à 40 Db ?**
 - **Les fumeurs sont-ils invités à fumer à l'extérieur des bâtiments ?**

Espaces verts

- Critères impératifs**
 - **Avez-vous banni l'utilisation d'engrais et de pesticides chimiques ?**
 - **Utilisez-vous des méthodes naturelles et écologiques au lieu des produits chimiques pour l'entretien des espaces verts ?**
 - **Lors du remplacement des engins d'entretien (tondeuse, taille-haie...), vous engagez-vous à les acheter respectueux de l'environnement ?**
 - **Arrosez-vous entre 18h et 7h ?**
 - **Favorisez-vous la plantation de plantes indigènes, adaptées à leur climat et donc moins gourmande en arrosage et engrais ?**
 - **Un système de goutte à goutte est-il installé pour l'arrosage?**
 - **Les déchets verts du jardin sont-ils compostés ?**
- Critères optionnels*
 - *Utilisez-vous l'eau de pluie pour l'arrosage ?*

Activités vertes de plein air

- Critères impératifs**
 - **Proposez-vous à vos clients de la documentation et des informations sur les parcs situés à proximité, les réserves naturelles et les mesures de conservation de la nature ?**
 - **Informez-vous vos clients sur les possibilités de louer des vélos dans les alentours et les pistes cyclables si elles existent?**
 - **Informez-vous vos clients sur les transports en commun les plus proches (plan**

et horaires) ?

- Critères optionnels*
 - *Votre établissement propose-t-il la location de vélo (le propriétaire devra être assuré pour cela)?*
 - *Contribuez-vous au développement des activités environnement-nature dans votre région (partenariats avec des associations, ...)?*

Administration

- Critères impératifs**
 - **Tous les lieux et bâtiments de la propriété satisfont-ils de manière égale les critères Clef Verte ?**
 - **Lors du remplacement des ordinateurs et des photocopieurs, vous engagez-vous à les acheter avec la fonction « mise en veille automatique » ?**
 - **Les produits d'édition et la papeterie relèvent-ils d'une démarche écologique (label écologique ou fabriqués par une entreprise ayant une démarche environnementale) ?**
 - **Si vous imprimez vos propres documents, utilisez-vous du papier recyclé?**
 - **Les impressions de l'établissement sont-elles systématiquement faites recto/verso?**
- Critères optionnels*
 - *Lors du remplacement des biens durables (serviettes, draps, alèses), vous engagez-vous à ce qu'ils portent un label écologique ou qu'ils soient distribués par une société ayant une démarche environnementale ?*

Annexe 5 : Green Globe

GREEN GLOBE

Community Programme

The principal objective of the Green Globe Community programme is to facilitate responsible and sustainable environmental outcomes for communities. The programme provides communities with a framework to benchmark and certify their environmental and social performance, and then challenge them to continuously improve that performance over time.

The Green Globe Benchmarking and Certification process focuses on making operational improvements – this can provide great marketing opportunities as you communicate some of your key achievements. The Green Globe programme also provides connections to an international organisation that is highly respected.

[Click here for more on the Green Globe Community Process](#)
[Click here for more on the Green Globe Community Programme Entry Levels](#)

The Green Globe Community Process

The Green Globe Community programme underpinned by the Community Standard which consists of six elements; all aimed at ensuring the Community achieves environmental sustainability. A brief description of each element follows below.

Community Authority:

The Community Authority shall be properly constituted and have organisational frameworks as well as a mandate to provide leadership for the management of Green Globe sustainable environmental and social outcomes.

Regulatory Framework:

The community must provide evidence that it is compliant within the requirements and intents of law that prevail locally.

Environmental and Social Sustainability Policy:

The community must prepare an Environmental and Social Sustainability policy which is appropriate to the location, nature, environmental, social and political context of the Community and specifically includes tourism activity and development issues.

Environmental and Social Sustainability Planning Systems:

The community will develop a Community Sustainability Strategy which shall define key environmental and social issues as guided by Green Globe's performance areas, and specifically address tourism activity and prescribe corrective actions based on performance monitoring.

Environmental and Social Sustainability Benchmarking:

The community must assess the environmental and social performance in positive and negative impacts in the following key Green Globe Community Performance Areas:

- Sustainability Policy
- Energy Consumption
- Potable Water Consumption
- Solid Waste Reduction
- Environmental Investment
- Resource Conservation
- Improved Social & Cultural Interactions
- Enhanced Local Socio-economic Benefits
- Biodiversity Conservation
- Air and Water Quality

Community Consultation and Performance Reporting:

The Community shall establish effective consultative mechanisms and strategies to ensure all sections of the Community are able to participate in developing the Community's Sustainability Strategy.

Once these steps have been completed, organisations will be assessed under set criteria in order to achieve 'Certified' status as a Green Globe Community.

The Green Globe Community Programme Entry Levels



Fee for Micro Community

(Less than 10,000 population / equivalent - Except China - Less than 30,000 population / equivalent)

First Year Fee	AUD \$6000 (ex. GST)*	AUD \$6000 (ex. GST)* (i)
Annual Renewal Fee	AUD \$1650 (ex. GST)*	AUD \$1650 (ex. GST)* (i)

First Year Fee for Small Community

(Between 10,000 and 150,000 population / equivalent - Except China - between then 30,000 to 250,000 population / equivalent)

First Year Fee	AUD \$10,900 (ex. GST)*	AUD \$10,900 (ex. GST)* (i)
Annual Renewal Fee	AUD \$2,725 (ex. GST)*	AUD \$2,725 (ex. GST)* (i)

First Year Fee for Large, Single Site Community

(More than 150,000 population / equivalent - Except China - over 250,000 population / equivalent)

First Year Fee	AUD \$22,000 (ex. GST)*	AUD \$22,000 (ex. GST)* (i)
Annual Renewal Fee	AUD \$5,500 (ex. GST)*	AUD \$5,500 (ex. GST)* (i)

NOTE

(i) For Communities that have successfully achieved Benchmarked status, they are able to proceed onto Certification. The cost to undertake Certification consists of the Benchmarking fee along with the cost of an independent onsite assessment. Details of the onsite assessment costs can be obtained from Green Globe.

* For Australian Companies 10% GST will be incurred

Company Programme

Green Globe aims to deliver the best travel and tourism benchmarking and certification products and services to your organisation.

The Green Globe Company Standard is designed for organisations within the travel and tourism industry and sets out the criteria to attain Certification. It provides an environmental management framework for organisations to achieve sustainability.

The Green Globe Benchmarking (Bronze) and Certification (Silver) process focuses on making operational improvements – this can provide great marketing opportunities as you communicate some of your organisations key achievements by associating with the Green Globe programme, participants are connected with a highly respected international organisation committed to the environment.

By associations with the Green Globe programme, participants are connected with highly respected international organisation committed to the environment.

[The Green Globe Process](#)

[The Green Globe Programme Entry Levels Certified Gold Achievement](#)

The Green Globe Process

The Green Globe Company Standard consists of two distinct steps, Benchmarking (Bronze) and Certification (Silver).

When an organisation commits to the Green Globe programme, the benchmarking stage begins. The benchmarking stage involves completing the following two key steps of the Green Globe Company Standard.

1. **Policy** - establishing a Sustainability Policy; and
2. **Benchmarking** - completing a Benchmarking Assessment.

Once these steps are completed, organisations will be assessed under set criteria in order to achieve 'Benchmarked' (Bronze) status.

Achieving Certification involves completing the last four key steps of the programme using the online Self Assessment Checklist tool:

3. **Compliance** - comply with relevant legislation and policy requirements;
4. **Approach** - implement an environmental and socially sustainable approach;
5. **Performance** - document performance outcomes; and
6. **Communication** - communicate and consult with interested parties.

Once these steps have been completed, organisations will be assessed under set criteria in order to achieve 'Certified' (Silver) status as a Green Globe organisation.

Organisations that have achieved Green Globe Certification for a period of 5 or more continuous years are rewarded with the use of the Green Globe Certified (Gold) logo.

The Green Globe Programme Entry Levels



Approximate Time it takes to Achieve Standard	4-6 months	10-24 months
Key Steps of Applicable Standards - via online Self Assessment Checklist	1-2	1-6
Earthcheck Benchmarking Assessment and Report (Online) - 6x Earthcheck Core Areas plus Sector Specific Indicators	Annually	Annually
Initial Certification Assessment and Report - offsite (iii)	-	Initial (ii) One time only
Certification Audit & Report - Onsite (v)	-	At least every 2 years
Annual Registration Fee (iv) (v)	Single Sector (vi)	Single Sector (vi)
Fee for Micro Organisation (1-9 Full Time equivalent Employees or equivalent or Contractors)	AUD \$750 (ex. GST)*	
Fee for Small Organisation (10-49 Full Time equivalent Employees or equivalent or Contractors)	AUD \$1000 (ex. GST)*	
Fee for Large, Single Site Organisation (50+ Full Time equivalent Employees or equivalent or Contractors)	AUD \$2,200 (ex. GST)*	

NOTE

- (i) Bronze Option is available for a period of only 2 years from receipt of logo, after which the participant moves up to Silver.
- (ii) Not applicable to large companies that have an Environmental Management System.
- (iii) Audits are performed every two years, except in cases, where a participants site is judged a high risk to the environment in which case more frequent audits may be required.
- (iv) Cost of initial Certification Assessment and Report (AUD\$500 excluding GST) is in addition to the registration fee.
- (v) Cost of onsite Certification Audit and Report (approximately AUD\$1000 excluding GST per day plus travel expenses) is in addition to the registration fee.
- (vi) For organisations with more than one sector (for example, Resort, Tour Operator), the following price structure will apply: Micro Company – AUD \$950, Small Enterprise – AUD \$1,200 and Large Single Site Enterprise – AUD \$2,400. All rates quoted exclude GST.

* For Australian Companies 10% GST will be incurred

An Entry Point Offer with Earthcheck

To commence your journey of sustainability you may wish to begin benchmarking the environmental indicators of energy, water and waste. These indicators will allow you to record and monitor the energy and water consumption and waste production of your organisation. Importantly this highlights areas for improvement within your organisation and is the first step in the process towards environmental sustainability. This will provide you with a simple introduction to benchmarking.

The Green Globe Programme Certified Gold Achievement



Your continued commitment to environmental performance and improvement will be recognised and rewarded under the enhanced Green Globe programme. This will be achieved by awarding you the Certified (Gold) logo after 5 years of continuous certification.

The introduction of the gold certified logo adds a level of prestige to the programme which can become an important marketing tool for your organisation. Recent Research indicates that people are prepared to pay more for product which demonstrates a responsible environmental attitude.

