



De l'écotourisme au tourisme durable dans les Alpes.

Un rapport de synthèse.

TABLE DES MATIERES

| | |
|--|----|
| Contexte | 2 |
| Histoire et définitions | 2 |
| Revendications générales pour le développement du tourisme..... | 5 |
| Espaces protégés entre nature sauvage et écotourisme | 5 |
| Politique du tourisme | 7 |
| 2002 – Année internationale de l'écotourisme : l'affaire des ONG... 7 | |
| L'ancrage de l'écotourisme' dans les processus politiques internationaux : de la Convention sur la biodiversité au GATS | 8 |
| L'écotourisme et les Alpes | 9 |
| Importance de l'écotourisme pour l'espace alpin : | 9 |
| Potentiels de l'écotourisme dans les Alpes..... | 10 |
| Quel avenir ? Après 2002 : de l'écologie à la durabilité. | 13 |
| Domaines d'activité spécifiques pour un écotourisme durable | 13 |
| Bilan sur l'écotourisme dans les Alpes | 17 |
| Annexe: | 19 |

De l'écotourisme au tourisme durable dans les Alpes

par le Dr. Christian Baumgartner

Institut pour le tourisme intégratif & la recherche sur les loisirs
christian.baumgartner@iitf.at, www.iitf.at

Contexte

Histoire et définitions

Du tourisme lié à la nature...

Nous trouvons le premier touriste sensible aux beautés naturelles dans l'histoire de la Grèce antique, il y a plus de 2000 ans : il s'agit d'Hérodote, qui a visité notamment la mer Noire, la mer Egée, l'Égypte et l'Italie lors de ses voyages. Ses récits montrent qu'il ne s'intéressait pas seulement à l'histoire mais aussi à la géographie et à la nature. Un philosophe comme Aristote a aussi beaucoup voyagé, parfois dans des contrées lointaines, et a réalisé des études sur la nature. Marco Polo et d'autres explorateurs nous ont laissé plus tard des descriptions imagées des nouveaux pays qu'ils avaient „découverts“. Les explorateurs de l'époque moderne comme Georg Forster, Alexander von Humboldt, James Cook mais aussi Charles Darwin, ont voyagé dans des pays lointains dont ils ont décrit la nature et la culture. Ces voyageurs étaient des personnalités hors du commun. Ce n'est qu'à la fin du 19^{ème} siècle que les voyages dans la nature se développent et deviennent un loisir populaire, avec le progrès du tourisme de masse (CEBALLOS-LASCURAIN, 1996). Mais il faut encore attendre le milieu du 20^{ème} siècle pour que les voyages dans le monde entier commencent à ne plus être réservés à une élite. Aujourd'hui, les progrès technologiques dans le domaine des transports et de la communication permettent à un nombre toujours plus grand de personnes habitant aux quatre coins du globe, de gagner des lieux éloignés, autrefois inaccessibles.

... à l'écotourisme

Une réflexion touristique axée sur l'écologie apparaît pour la première fois au milieu des années 60. On voit naître alors la notion d'écotourisme, compris comme une forme de voyage compatible avec les intérêts environnementaux et sociaux : „L'écotourisme, c'est le fait de voyager de manière responsable dans des régions naturelles, de façon à protéger l'environnement et à favoriser le bien-être de la population locale.“ (TIES 1991).

A partir de 1990, on s'intéresse davantage à cette approche dans l'espace germanophone également. Ce changement social vers plus de conscience environnementale a provoqué un boom de l'écologie dans le tourisme. On voit apparaître alors un florilège d'expressions pour qualifier le tourisme : alternatif, vert, low impact ou rural („agrotourisme“), qui sont certes utilisées parallèlement à la notion d'écotourisme mais ne parviennent pas à s'imposer de manière comparable.

L'importance croissante de l'écotourisme a fait apparaître des tentatives de définition si nombreuses que des spécialistes du tourisme parlaient avec ironie d'admettre la définition de

l'écotourisme dans les disciplines olympiques. Elisabeth Boo (1990) propose par ex. la définition suivante :

„L'écotourisme est le fait de voyager de manière écologique et de visiter des régions relativement intactes pour profiter de la nature (ainsi que des attractions culturelles du passé et du présent) ; cette pratique encourage à protéger la nature, a peu d'impacts négatifs et assure une participation socioéconomique avantageuse de la population locale.“

Dans le rapport de recherche n°116, le groupe de travail sur l'écotourisme du Ministère fédéral allemand pour la collaboration économique et le développement considère l'écotourisme dans l'espace germanophone *„comme une forme de tourisme responsable pratiqué dans des régions proches de l'état naturel, qui cherche à réduire au maximum les impacts négatifs sur l'environnement et les changements socioculturels, contribue au financement d'espaces protégés et ménage des possibilités de revenus pour la population locale“.*

Dans le cadre de la préparation de l'Année internationale de l'écotourisme, l'OMT (Organisation mondiale du tourisme) s'est efforcée de proposer une définition unique :

„S'il n'existe pas de définition universelle de l'écotourisme, on peut néanmoins résumer comme suit ses caractéristiques générales :

1. *L'écotourisme comprend toutes les formes de tourisme proches de la nature, dans lesquelles la motivation principale des touristes consiste à observer et apprécier la nature et les cultures traditionnelles dans des régions naturelles.*
2. *Il comprend des caractéristiques pédagogiques et explicatives.*
3. *L'organisation de voyages pour de petits groupes incombe la plupart du temps, mais pas toujours, à de petites entreprises locales spécialisées. Des organisateurs étrangers d'importances diverses organisent, encadrent ou commercialisent aussi des excursions écotouristiques, en général pour des groupes restreints.*
4. *L'écotourisme réduit au maximum les impacts négatifs sur l'environnement naturel et socioculturel.*
5. *Il soutient la protection d'espaces naturels par :*
 - *L'apport d'un bénéfice économique aux communes concernées, aux organisations et aux autorités qui administrent les espaces naturels à des fins de protection,*
 - *la création d'emplois et de sources de revenus alternatifs pour les communes locales,*
 - *la sensibilisation de la population locale et des touristes à la sauvegarde des biens naturels et culturels.*

On peut déduire de cet essai de définition que l'écotourisme peut s'interpréter différemment selon les continents. Dans le cas de l'Europe, cela signifie par exemple que l'écotourisme s'étend non seulement aux paysages purement naturels, plutôt rares, mais aussi aux paysages culturels traditionnels.

... et à la durabilité dans le tourisme

A notre connaissance, la notion de 'durabilité' est apparue au 19^{ème} siècle dans le domaine de l'économie forestière. En 1987, la Commission des Nations Unies pour l'environnement et le développement a repris et défini l'idée de durabilité sous l'expression anglaise de 'sustainable development', dans son 'rapport Brundtland'¹ :

„Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans porter atteinte à la capacité des générations futures à satisfaire leurs propres besoins.“

Le concept à la base de cette définition fut formulé en 1992 dans l'Agenda 21, lors de la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement (UNCED) à Rio de Janeiro. On dispose dès lors d'une directive contraignante en faveur d'un développement écologique, social et économique pour plus de 170 pays. Par la suite, un grand nombre d'organisations actives dans la politique du tourisme reprirent ce concept en insistant sur l'un ou l'autre de ses aspects.

Dans la prise de position des organisations allemandes de protection de l'environnement et de développement (CSD - Deutschland), présentée en 1999 lors de la 7^{ème} Conférence de la Commission des Nations Unies pour le développement durable (CDD) à New York, on peut lire la définition suivante, découlant de l'Agenda 21 :

„Le tourisme durable suit les principes de la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement et les recommandations de l'Agenda 21. Il doit être en harmonie avec les déclarations et les accords internationaux y relatifs. Le tourisme durable doit être compatible avec des critères sociaux, culturels, écologiques et économiques. Il est orienté sur le long terme, tient compte des générations actuelles et futures, il est conforme aux règles morales et sociales et adapté à la culture, supportable d'un point de vue écologique et intéressant sur le plan économique.“

Difficile de savoir à l'heure actuelle si les approches 'durables' d'aujourd'hui auront fait leurs preuves dans 25 ans. Le problème consiste à définir quelque chose d'un futur que nous ne pouvons qu'imaginer. L'approche consistant à considérer l'avenir comme un bien à protéger, afin de planifier une pratique touristique actuelle qui soit supportable et compatible avec les intérêts écologiques, sociaux et économiques, est certes très prometteuse. Par ailleurs, la 'durabilité' est une valeur qui ne peut guère être définie de manière univoque. Elle est bien davantage une exigence par rapport à l'avenir qu'un projet établi. Ses contenus doivent être redéfinis périodiquement en tenant compte du fait que certaines données sont imprévisibles.

Il est clair que l'écotourisme' n'a en soi aucun rapport avec la durabilité. Le concept d'écotourisme est par trop focalisé sur les espaces naturels et n'accorde pas assez de poids aux êtres humains, à la population. L'énergie nécessaire aux transports et les impacts destructeurs qui en résultent pour le climat sont trop peu pris en compte. Il faut donc comprendre et soutenir les exigences d'un 'écotourisme durable' formulées à plusieurs endroits du discours politique.

¹ cf. Gro Harlem Brundtland, présidente du Conseil des ministres : Report: Our Common Future

Revendications générales pour le développement du tourisme

A l'occasion du Sommet mondial du développement durable d'août 2002 à Johannesburg, la plate-forme d'ONG germanophone DANTE (Die Arbeitsgemeinschaft Nachhaltige Tourismusentwicklung) a établi une liste de revendications dont la mise en œuvre paraît indispensable pour un développement durable du tourisme dans le monde entier.²

1. Pauvreté / développement : le tourisme doit contribuer à vaincre la pauvreté – la justice sociale, le respect des impératifs écologiques et l'intégration de la population des régions touristiques constituent des conditions sine qua non pour y parvenir.
2. Climat : transports / énergie : finis les embouteillages, le jet lag, pour une mobilité douce accessible à tous !
3. Terrain : sol / alimentation : notre lieu de vacances – votre chez-vous.
4. Biodiversité : le tourisme vit de la diversité de la nature et des paysages culturels du monde – il doit contribuer à leur sauvegarde.
5. Eau : l'eau est encore plus précieuse lorsqu'on voyage que chez soi.
6. Dignité humaine – égalité des sexes : les femmes et les enfants ont besoin de protection et d'empowerment' (renforcement de leurs moyens d'action) pour ne pas être les victimes du tourisme.
7. Participation de la société civile : tous les acteurs sociaux, y compris les minorités et les groupes de population défavorisés, doivent être intégrés dans les décisions touristiques et avoir part aux recettes.
8. Consommation et style de vie : adopter un comportement compatible avec les intérêts environnementaux et sociaux dans ses voyages et ses loisirs !
9. Politique économique et commerciale internationale : commerce équitable – sur le plan du tourisme aussi !
10. Politique cohérente : la volonté politique de respecter les droits de l'homme et d'établir un équilibre cohérent entre les intérêts environnementaux, économiques et sociaux est indispensable à tous les niveaux, pour que les générations futures vivent partout dans la dignité, puissent profiter de leurs loisirs et voyager.

Espaces protégés entre nature sauvage et écotourisme

Prendre en compte le droit des peuples indigènes à disposer d'espaces protégés' doit aussi nous rappeler que le concept de 'nature' a une dimension sociale. Par exemple, un grand nombre de régions considérées par l'Occident comme de la 'nature sauvage' sont habitées depuis des siècles par des peuples indigènes. La plupart des espaces protégés européens sont également des paysages culturels et des lieux d'habitation pour des Européens 'indigènes'.

² Toutes ces revendications sont parues en allemand, anglais et français, accompagnées d'explications et d'informations générales sous le titre : '10 ans après Rio. Un carton rouge pour le tourisme ? 10 principes et défis pour le développement durable du tourisme au 21^{ème} siècle' : www.iitf.at, www.akte.ch.

Le concept de nature sauvage comme „espace intact ou vierge est plutôt une idée de citadins, la perception de personnes vivant éloignées de l'environnement naturel dont ils dépendent“ (Gomez-Pompa & Kaus, 1992:273). Un espace immense ‚à l'état naturel‘ avec une faune unique et des paysages spectaculaires : telle est l'image typique que l'on associe aux espaces protégés, que ce soit dans des contrées lointaines ou en Europe, avec les parcs nationaux par exemple. Mais ces espaces protégés ont des importances diverses selon les personnes. Le même espace sera perçu par un protecteur de l'environnement comme un habitat idéal pour des espèces rares, comme un territoire à la valeur scientifique extraordinaire pour un biologiste ou un botaniste, comme un espace possédant une valeur économique importante pour un forestier, comme un fantastique terrain de chasse pour un chasseur tandis que d'autres encore seront tout simplement sensibles à sa beauté. Les espaces protégés ont été créés et sont préservés en fonction de préoccupations sociales (Ghimire & Pimbert, 1997). Cette ‚construction de la nature‘ se modifie avec le temps en fonction des convictions culturelles, politiques et sociales et des conditions économiques. Tous ces facteurs influent sur la valeur donnée à la nature, sur les priorités fixées et sur ce que l'on entend par une utilisation acceptable (Figgis, 1999 ; Staiff, Kennedy & Bushell, 1999). Le tourisme proche de la nature est seulement une des possibilités de tirer profit de ce type d'endroits. L'écotourisme devrait être une tentative de respecter la valeur écologique, spirituelle et culturelle de ces régions tout en favorisant leur développement économique et en permettant à un grand nombre de personnes de profiter de cette nature (Bushell, 2000).

La priorité donnée à la valeur économique de la nature fait partie des réalités sociales. Le tourisme proche de la nature revêt une importance croissante car il peut soutenir l'économie locale et nationale. Le tourisme proche de la nature et l'écotourisme sont également importants en ce qu'ils incitent à protéger la nature et à maintenir les espaces protégés. Tout un chacun doit assumer un rôle dans la préservation de notre environnement. Le tourisme proche de la nature et les loisirs en plein air peuvent contribuer à intégrer cette idée de protection en amenant les gens à apprécier davantage la nature mais aussi à être plus conscients de la disparition croissante des paysages ouverts et de l'impact de nos modes de vie sur l'environnement naturel. Dans la mesure où l'on est plus sensible à ces questions, on est aussi plus prêt à soutenir des mesures de protection et à s'engager personnellement. Ces espaces jouent donc un rôle important, pas seulement pour la protection de la biodiversité.

On peut résumer comme suit l'apport des espaces protégés à la société, en gardant à l'esprit que ces différents aspects n'ont pas la même importance pour toutes les régions. Les espaces protégés favorisent la biodiversité, ce qui a un effet positif sur la protection de la nature, la santé, l'agriculture, l'industrie et les relations extérieures ; ils contribuent à protéger la ligne de partage des eaux, à soutenir la gestion des ressources naturelles et l'approvisionnement en eau ; ils apportent une protection contre les dégâts dus aux ouragans et réduisent les dégâts lors de catastrophes naturelles ; ils constituent un élément important pour le tourisme et donc pour le développement économique régional et local ; ils contribuent à la constitution d'un environnement local favorable aux communes par la mise à disposition d'un environnement sain, de paysages ouverts et de possibilités de loisirs, qui ont à leur tour un impact positif sur la qualité de vie et la santé publique ; ils fournissent des produits forestiers et sont ainsi favorables à l'économie forestière, aux communes et au développement économique général ; en préservant le sol, ils ont un impact positif sur l'agriculture et l'exploitation des ressources naturelles ; ils fournissent de grandes surfaces constituant des „puits de carbone“, bénéfiques à la politique énergétique et à de bonnes relations extérieures ; ils constituent un cadre pour des établissements de recherche

et d'enseignement ainsi que pour des stations spatiales consacrées à la promotion de la science, du savoir et de la formation à tous les niveaux ; ils permettent enfin de sauvegarder des biens culturels favorables à la santé, au bien-être et à la conscience identitaire d'une communauté (extraits de Phillips, 1998, in Sheppard, 1999; Bushell, 2000).

Politique du tourisme

2002 – Année internationale de l'écotourisme : l'affaire des ONG

Lors de leur 46^{ème} plénum, en juillet 1998, les 54 Etats membres du Conseil économique et social (ECOSOC: Economic and Social Council)³ des Nations Unies ont rédigé une résolution⁴ qui proposait à l'assemblée générale de déclarer l'année 2002 'Année internationale de l'écotourisme' – dans le but de favoriser l'entente et la coopération internationales, en tenant compte de la conscience toujours plus grande de la richesse des différentes civilisations et cultures, afin de favoriser la paix et un tourisme durable. L'engagement de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme) en faveur de l'écotourisme a alors été expressément reconnu par le conseil, sans définir plus précisément ce concept d'écotourisme' et sans fixer de responsabilités pour l'Année internationale de l'écotourisme (IYE). A partir des expériences faites avec d'autres années internationales, par exemple l'Année internationale de la femme, on désirait que ce thème soit traité sur le long terme dans les débats internationaux au travers des différentes activités mises en œuvre. L'Assemblée générale des Nations Unies a accepté cette proposition en décembre 1998 et a déclaré l'année 2002 Année internationale de l'écotourisme (IYE).

Cette même année, les membres de l'ECOSOC décidèrent également de déclarer l'Année 2002 'Année internationale de la montagne' – dans le but d'accorder un nouvel intérêt au chapitre 13 (montagnes) de l'Agenda 21 et de favoriser d'une manière générale l'entente et la coopération internationales en vue d'un développement durable des régions rurales de montagne. L'ECOSOC a ainsi établi un lien au moins virtuel entre le développement durable des régions rurales et l'écotourisme.

Ces deux déclarations pourraient offrir une base solide pour débattre des théories et des exemples pratiques relatifs à l'écotourisme – un tourisme écologique, doux ou durable – dans les forums nationaux et internationaux du monde entier, dans le contexte du développement de régions rurales périphériques, et en particulier des régions alpines.

2002, Année du tourisme durable ou de l'écotourisme ?

Dans le texte de proclamation de l'Année internationale de l'écotourisme, on a décidé de faire référence à l'Agenda 21 adopté à Rio en 1992. Toutes les organisations internationales, tous les

³ Le Conseil économique et social est l'un des organes fondamentaux des Nations Unies. Les recommandations politiques et les décisions essentielles servant à soutenir l'ensemble des intérêts économiques et sociaux y sont préparées sous la direction de l'assemblée générale (c'est-à-dire tous les domaines qui concernent l'élévation du niveau de vie, l'emploi, le développement économique et social, la coopération dans le domaine de la santé et de l'éducation, de la collaboration culturelle, du respect des droits de l'homme et des libertés civiles, etc. des Etats membres). Plus de 1'500 organisations non gouvernementales ont un statut consultatif auprès du Conseil.

⁴ cf. United Nations Department of Economic and Social Affairs (DESA): 1998/40 - Declaring the year 2002 as the International Year of Ecotourism, 46th plenary meeting. 30 July 1998 (www.un.org du 06.12.1999)

Etats ainsi que les ONG furent ainsi invités à contribuer au cours de cette année à définir et promouvoir ensemble, par des débats et des mesures concrètes, un écotourisme permettant de contribuer à un développement durable – en particulier pour les pays en voie de développement.

Mettre en relation l'écotourisme, une notion qui a évolué au cours de l'histoire pour ne plus considérer seulement les espaces protégés, et les objectifs actuels du développement durable constitue donc le grand défi de l'année 2002. Ce défi concerne tant les ONG que les responsables de l'organisation de l'Année internationale dans le cadre du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) d'une part et de l'OMT d'autre part.

Le seul grand reproche que l'on peut et que l'on doit faire à l'ONU porte sur le choix des mots : au lieu de l'Année du tourisme durable, comme on en avait l'intention au début, on a choisi l'expression 'Année de l'écotourisme', qui est loin de satisfaire tout le monde et qui sème la confusion.

L'ancrage de l'écotourisme' dans les processus politiques internationaux : de la Convention sur la biodiversité au GATS

Le thème du tourisme ne figurait pas à l'ordre du jour du Sommet mondial de l'environnement et du développement de Rio de Janeiro en 1992. Deux processus ont pourtant été lancés à Rio qui représentent aujourd'hui les points d'ancrage les plus importants pour le tourisme durable et l'écotourisme dans le domaine de la politique touristique internationale.

La Commission pour le développement durable (CDD) siège une fois par année depuis 1992. Le thème du tourisme figurait à l'ordre du jour de sa septième conférence (CDD-7) en 1999. Un vaste programme d'action y a été défini, qui implique la collaboration des différentes parties prenantes – gouvernements, économie touristique, ONG, partenaires sociaux et consommateurs. Pour donner suite à ce programme de travail, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) a notamment élaboré et adopté le Code of Ethics. Ce code est le premier règlement définissant un comportement éthique dans le tourisme. Il comprend même un mécanisme de sanction pour les infractions. Il faudra encore attendre quelques années pour voir quelle est la disposition de l'OMT à mettre en œuvre ce code et comment cela se fera effectivement.

La Convention sur la biodiversité (CBD), une convention de droit public international à caractère contraignant, au contraire de l'Agenda 21 et des positions de la CDD, a également été adoptée à Rio. La CBD est développée depuis lors au cours de rencontres régulières d'experts et de gouvernements. A l'instigation de l'Allemagne, le thème du tourisme a été traité dans le cadre de la 5^{ème} Conférence des Etats contractants (COP-5) en avril 2000 à Nairobi et on lui a consacré un article à part entière dans la CBD. Il y est notamment question de la nécessité de passer de l'écotourisme' au ,sustainable ecotourism'.

Des directives pour un tourisme durable dans les régions sensibles ont été élaborées en juin 2001 dans un workshop international d'experts. Ces directives constituent une approche gestionnaire à caractère hautement participatif qui peut se révéler utile, par exemple dans le cadre de projets de planification touristique dans des espaces protégés, ainsi que dans tous les écosystèmes montagnards.

L'(éco)tourisme joue aussi un rôle important dans d'autres domaines socio-politiques. Dans le domaine des prestations de services, par exemple, les négociations du GATS (General Agreement on Trade and Services) ont des conséquences importantes sur les possibilités de décisions des lieux de destination eux-mêmes au sein de l'économie touristique internationale, qui forme un réseau étendu. Toujours plus d'ONG demandent que le thème du tourisme soit exclu des négociations du GATS, car on craint des dégradations importantes de la liberté de décision et des standards sociaux, surtout pour les pays en voie de développement.

Enfin, on trouve également des déclarations sur le tourisme dans la Convention alpine même si le protocole 'Tourisme' renonce à traiter de manière approfondie de l'écotourisme ou du tourisme proche de la nature et ne définit pas d'exigences et d'objectifs généralement reconnus, que ce soit pour l'ensemble des Alpes ou pour les différents pays alpins.

L'écotourisme et les Alpes

Importance de l'écotourisme pour l'espace alpin :

Jusqu'ici, le concept d'„écotourisme“ a été utilisé pour des formes spécifiques de tourisme concernant en particulier les pays industrialisés non-européens comme les Etats-Unis, le Canada, l'Afrique du Sud, la Nouvelle-Zélande et l'Australie ainsi que les pays en voie de développement. Dans le cadre des activités de l'IYE 2002, on peut se demander aujourd'hui dans quelle mesure il est intéressant de mettre en relation les concepts écotouristiques et le tourisme dans l'Europe de l'ouest et les Alpes.

Un coup d'œil même rapide à la définition de l'écotourisme donnée par l'OMT montre qu'une application unidimensionnelle de ce concept aux Alpes mène à des contradictions importantes : une forme de tourisme dans laquelle „la motivation principale du touriste réside dans l'observation et la découverte de la nature et des cultures traditionnelles prédominantes dans les régions naturelles“⁵, possède naturellement une longue tradition dans les Alpes. La randonnée constitue ainsi l'activité individuelle privilégiée par les touristes en Suisse et en Autriche. Si l'on appliquait aux Alpes la définition de l'écotourisme proposée par l'OMT, force serait de constater que le tourisme dans les Alpes constitue déjà en grande partie de l'„écotourisme“.

L'application du concept de l'écotourisme dans les Alpes se heurte à des limites historiques, économiques et sociales : les conditions qui prévalent dans les Alpes sont tout autres sur le plan historique que dans les régions où l'on souhaiterait privilégier aujourd'hui un écotourisme, où le développement du tourisme est directement lié à l'industrialisation de l'Europe. On pourrait aussi dire que l'écotourisme a connu ses débuts avec la conquête des Alpes par les Anglais. Le tourisme possède un large ancrage social dans les Alpes et il revêt depuis longtemps une grande importance économique à de nombreux endroits. En témoignent des infrastructures touristiques très développées avec notamment de nombreux équipements en haute montagne ainsi que des hôtels et des restaurants diversifiés. Au contraire de l'écotourisme dans les pays en voie de développement, le tourisme dans les Alpes est lié à une économie de marché très développée. La part de la valeur ajoutée touristique qui reste dans la destination touristique concernée est élevée à de nombreux endroits, ce qui permet de créer et de maintenir des emplois de qualité

⁵ www.world-tourism.org

dans le tourisme et d'autres domaines d'activité. La part de la valeur ajoutée économique totale dans le produit intérieur brut atteint ainsi 30 resp. 23 %⁶ dans les régions très touristiques des Grisons et du Tyrol. Sur le plan communal, le pourcentage est encore beaucoup plus élevé dans les régions dépendant particulièrement du tourisme.

L'écotourisme dans les Alpes n'est pas prioritairement axé sur les zones protégées ou d'autres espaces naturels sensibles, mais plutôt sur l'ensemble de la richesse naturelle, paysagère et culturelle des Alpes, comme l'a établi la conférence européenne préparatoire à l'Année de l'écotourisme, en septembre 2001 à St. Johann/Pongau (Autriche). Les Alpes constituent un espace sensible, en particulier sur le plan écologique. La notion d'écotourisme ne représente pas non plus une stratégie de marketing appropriée pour le tourisme dans les Alpes. Comme l'ont montré plusieurs études⁷, on fait plutôt appel à des associations 'exotiques' quand on s'adresse au public, pour qu'il pense au Costa Rica, à l'Amazonie ou aux Galapagos. L'Écotourisme dans les Alpes' est encore mis sur le même plan que des vacances passées à randonner, perçues comme démodées.

Compte tenu de ces conditions, il ne paraît ni possible ni intéressant d'appliquer de manière unidimensionnelle le concept d'écotourisme aux Alpes. On peut se demander si l'écotourisme ne constitue pas une fausse approche pour le tourisme dans les Alpes. Ne serait-il pas beaucoup plus intéressant de rechercher d'autres concepts qui tiendraient mieux compte du contexte spécifique des Alpes et qui seraient plus porteurs sur le plan du marketing? On introduit donc actuellement en Suisse la notion de 'tourisme proche de la nature' parallèlement à celle d'écotourisme'.⁸

Potentiels de l'écotourisme dans les Alpes

A l'occasion de l'IYE, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), de même que plusieurs ministères nationaux, ont fait effectuer des analyses du potentiel de l'écotourisme, en ce qui concerne les destinations lointaines mais aussi les marchés indigènes. Les questions essentielles ont été posées après estimation des valeurs ajoutées et des groupes cibles potentiels. Les résultats sont parfois surprenants et indiquent en bref que les offres écotouristiques (sans que ce terme soit mentionné explicitement sur le plan du marketing) constituent un secteur de marché important et porteur pour l'espace alpin.

Pour la première fois, on a aussi tenté en Suisse de chiffrer la valeur du paysage pour le tourisme. Le bénéfice que retire le tourisme suisse de ses paysages (préservés, proches de l'état naturel) correspond à une valeur ajoutée de 2,5 milliards (!) de CHF par année⁹. En dressant à partir de différentes études¹⁰ un portrait-robot de l'écotouriste visitant les Alpes, on pourrait établir le profil suivant. Il ou elle :

⁶ BAK-Konjunkturforschung Basel AG: Internationaler Benchmark Report für den Schweizer Tourismus.

⁷ IITF 2001, Ecole supérieure de Rapperswil 2002

⁸ Le centre de recherche sur les loisirs, le tourisme et le paysage de l'Ecole supérieure de Rapperswil et le département de psychologie sociale de l'Université de Zürich ont réalisé l'étude „Naturnaher Tourismus in der Schweiz. Angebote, Nachfrage und Erfolgsfaktoren“ sur mandat du Secrétariat d'Etat suisse à l'économie (Seco).

⁹ Newsletter 14/2002 du 14.6.2002 du service AlpMedia Net de la CIPRA. Tiré de l'étude mentionnée à la note de bas de page n°8

- aurait entre 30 et 60 ans,
- aurait un niveau de formation assez élevé et un revenu régulier,
- viendrait plutôt d'une banlieue urbaine ou d'une grande ville,
- rechercherait plutôt la détente que l'action dans ses vacances,
- aimerait surtout découvrir des paysages (si possible nouveaux),
- souhaiterait passer des vacances agréables à l'écart des centres touristiques, sans forcément économiser mais sans dépenser non plus beaucoup,
- passerait des vacances d'été avantageuses – soit en se détendant à la mer (soleil, sable, mer) soit en choisissant des vacances plus actives à la montagne (randonnée),
- préférerait les stations relativement petites aux régions très connues et très prisées et
- s'accorderait aussi à l'occasion un (bref) séjour dans un hôtel de classe supérieure.

Largement plus de la moitié des personnes interrogées (64 %) attendent de leur agence de voyage des informations précises sur les aspects écologiques de leur séjour. 71 % d'entre elles déclarent même qu'elles privilégieraient un voyageur ayant fait montre de son intérêt pour l'écologie (c'est-à-dire un voyageur s'engageant pour des intérêts environnementaux dans sa région et contribuant ainsi à un tourisme compatible avec les intérêts écologiques).

En outre, ces voyageurs ont des exigences élevées quant aux normes d'hygiène et de sécurité sur le futur lieu de leur séjour écotouristique et comptent pouvoir réaliser des randonnées et des excursions de manière indépendante, en bénéficiant de bonnes informations. D'une manière générale, on peut constater que les voyageurs intéressés par l'écotourisme s'attendent à bénéficier d'une offre avantageuse au moins sur le plan du rapport qualité-prix, d'un service accueillant, à pouvoir déguster une cuisine typique utilisant des produits locaux et à être hébergés dans de petits établissements hôteliers gérés par la population locale.

L'étude réalisée en Autriche indique que 30 à 40 % des hôtes seraient sensibles à des offres écotouristiques, un chiffre confirmé par les enquêtes parallèles réalisées en Suisse et en Allemagne. On ne peut chiffrer précisément le nombre des autres visiteurs qui pourraient répondre à des offres analogues. Toutefois, on estime que ces offres ne sont pas en nombre suffisant.

Si l'on extrapole de manière approximative les résultats de l'étude susmentionnée, on peut même considérer qu'un nombre relativement important de visiteurs seraient prêts à payer entre 5 % et 20 % de plus pour des vacances dans les Alpes compatibles avec les intérêts écologiques et sociaux – dans la mesure où cette compatibilité est documentée.

L'écotourisme peut représenter de (nouveaux) potentiels pour les régions

L'écotourisme n'est pas une offre tout compris où les voyageurs ne découvrent rien de la région visitée. Ils doivent y trouver plus qu'une chambre avec demi-pension. „Que peut-on faire pour

¹⁰ Analyse du style de vie en 1999, enquête auprès de touristes menée en Autriche en 2000, statistiques autrichiennes de 2001, enquête auprès des voyageurs dans le cadre des diverses études de potentiels en 2001/2002.

inciter les visiteurs à séjourner plus longtemps dans la région ?", telle est la question essentielle à se poser. Pour arriver à ce résultat, on a besoin de concepts de marketing en réseau, de coopérations entre producteurs et commerçants. Les régions axées sur l'écologie pourraient se regrouper et présenter des offres communes. L'écotourisme n'est pas un nouveau label mais il constitue une publicité pour des offres déjà présentes - vacances à la ferme, Culinarium Österreich, Alps Mobility, offres des parcs nationaux en coopération avec les régions - dont il garantit la qualité.

Best Practice:

Culinarium Österreich

Un grand nombre d'initiatives en faveur des produits agricoles locaux ne sont pas entièrement satisfaisantes sur le plan de la commercialisation. Culinarium Österreich entend faciliter l'accès de ces produits sur le marché national et international en réunissant ces initiatives sous une marque commune.

<http://www.culinarium.at/>

Alps Mobility

„Alps Mobility est un projet pilote en faveur d'une logistique de voyage écologique. Le principe consiste à développer des possibilités pratiques et écologiques de voyager dans les Alpes et de se déplacer sur son lieu de vacances, d'entente avec des régions partenaires très touristiques.“ (d'après : <http://www.alpsmobility.org/>)

<http://www.alpsmobility.org/> (d, i, e)

Offres des parcs nationaux en coopération avec les régions

La collaboration des parcs nationaux avec les régions et les entreprises locales travaillant dans différentes branches a pour but la promotion d'une économie durable dans un environnement sensible.

<http://www.nationalparkregion.at>, <http://www.nationalparks.or.at/>

Les offres de voyage répondant aux principes du développement durable sont diverses et variées et permettent de composer une offre générale : les visiteurs reçoivent des cartes qui les incitent à découvrir la région et qui leur permettent de visiter ici un musée, là un parc national ou encore de participer à une dégustation de vins.

Les offres écotouristiques ont de bonnes chances de faire mouche quand on propose des particularités régionales à des groupes cibles bien choisis. Pour y parvenir, il faut concevoir l'offre de manière sensible et adopter une stratégie de marketing appropriée, qui sera d'autant plus efficace qu'elle aura été définie au sein de la région même et qu'elle présentera une stratégie de développement claire. On se rend compte que le tourisme est étroitement lié au pays, à la région et aux personnes, que ce soit les hôtes qui accueillent des visiteurs et leur proposent les trésors de leur région ou les visiteurs qui apprécient ces produits et prestations. Mais cela signifie aussi qu'il ne peut pas y avoir une offre touristique unique sous la forme d'un catalogue de prestations. L'idée de l'écotourisme et du tourisme proche de la nature est un premier pas en direction d'un 'tourisme durable'.

Quel avenir ? Après 2002 : de l'écologie à la durabilité.

Domaines d'activité spécifiques pour un écotourisme durable dans les Alpes

Planification écotouristique et développement de produits ¹¹

La mise en place de destinations modèles et de bons exemples adaptés aux conditions du marché représente actuellement le principal domaine d'activité de l'écotourisme dans les Alpes. Le but essentiel est de créer et de mettre en réseau des offres écotouristiques attractives et répondant aux nécessités du marché en intégrant l'agriculture, l'activité commerciale et industrielle ainsi que la culture locales. Comme les projets de ce type ne parviennent généralement pas à s'autofinancer immédiatement, des aides financières de l'extérieur sont nécessaires, par ex. des crédits nationaux affectés à la promotion régionale. On peut aussi imaginer que des stratégies de politique régionale - en plus de favoriser le maintien des structures agricoles - se concentrent davantage sur la promotion des offres écotouristiques.

L'un des grands défis est de mettre en place des centres de compétences locaux/régionaux pour l'écotourisme. L'enjeu n'est pas seulement financier, il concerne aussi la main-d'œuvre qualifiée, qui fait souvent défaut dans les régions périphériques. Le succès ou l'échec futur de l'écotourisme dépend donc étroitement de son professionnalisme et des possibilités de formation offertes à ses actrices et acteurs. Dans cet ordre d'idées, précisons que ces centres de compétence écotouristiques doivent répondre à des exigences élevées : ils doivent avoir des connaissances tant dans le domaine du marketing touristique que dans celui de la gestion de la nature et du paysage ainsi qu'en matière de durabilité tout en disposant de compétences en pédagogie de l'environnement. Dans ce contexte, il convient d'élaborer des aides méthodologiques adaptées aux différents groupes cibles, comme par ex. des aides à la planification et des instruments de conseil.

Best Practice:

Un guide qui aide les communes à adopter un comportement écologique dans leurs planifications et leurs achats.

http://www.umweltverband.at/document/gem_82.shtm

Il est primordial d'instaurer une coopération régionale entre tourisme, agriculture, commerce et industrie, protection de la nature, du paysage et du patrimoine. S'il est négligé, cet aspect peut faire échouer des projets. Favoriser l'innovation et la collaboration dans les projets touristiques peut notamment permettre le maintien d'une agriculture de montagne écologique et diversifiée. Intégrer les matières premières et les produits locaux dans l'offre à développer et dans l'aménagement des infrastructures renforce les circuits économiques régionaux et donc le commerce et l'industrie locales ainsi que l'agriculture et la foresterie.

Dans le cadre de la planification écotouristique, il faut soutenir la création de modèles régionaux et interrégionaux intégrés, qui permettent notamment de montrer comment atteindre des objectifs

¹¹ Nos remerciements à Dominik Siegrist et à l'Alpenbüro-Netz pour avoir mis à notre disposition le texte de base.

de protection par de nouvelles offres touristiques. Le concept de développement paysager axé sur le tourisme (voir aussi www.ftl.hsr.ch) représente un instrument méthodologique approprié dans ce contexte. On s'efforcera parallèlement d'intégrer la population locale dans le processus de planification.

Surveillance et réglementation de l'écotourisme

Le thème de l'assurance-qualité est fondamental dans l'écotourisme. Il concerne des aspects tels que la durabilité, la qualité du service et de l'administration ainsi que l'originalité. La création d'un label écologique au niveau alpin ou européen, englobant l'écotourisme, représente une stratégie envisageable. Dans ce sens, il faut tendre à une large collaboration avec d'autres labels de qualité européens.

Best Practice:

Le label écologique „viabono“ (www.viabono.de) créé en Allemagne pour les prestations touristiques, représente une approche qui pourrait être étendue à toute l'Europe. Le label écologique définit des critères écologiques pour les hébergements et les communes et offre au consommateur des produits satisfaisants sur le plan du bien-être, du wellness et de la mode.

Des concepts locaux de zones protégées et de zones de tranquillité ainsi que des stratégies d'information et de canalisation des visiteurs sont élaborés dans le cadre des plans de gestion régionaux et des concepts régionaux d'espaces protégés. Des limites locales sont établies si nécessaire afin de restreindre l'impact de l'homme. On peut envisager l'introduction à l'échelle alpine ou européenne d'un système uniforme de délimitation de zones dans le cadre de l'écotourisme. Des catalogues régionaux d'objectifs et d'indicateurs facilement applicables seront élaborés pour contrôler le résultat des stratégies écotouristiques, et mis en application dans le cadre d'un monitoring institutionnalisé. Les espaces naturels et les paysages particulièrement sensibles seront par contre préservés de l'exploitation touristique. Selon le contexte local, on étudiera la possibilité d'affecter une partie des fonds générés par l'écotourisme à la protection de la nature et du paysage, par ex. pour revaloriser des paysages culturels proches de l'état naturel.

Il importe d'assurer une communication continue entre les représentants régionaux de projets d'écotourisme et les entreprises intéressées, la population locale, les hôtes, les administrations politiques, les hautes écoles et instituts de recherche, etc. D'importants effets de synergie peuvent en découler. En outre, en institutionnalisant l'échange international d'expériences, on obtient une meilleure diffusion des bons exemples d'écotourisme parmi les entrepreneurs de l'espace alpin.

Pour obtenir une collaboration constructive et un contrôle de la qualité en continu, on s'efforcera d'intégrer les associations culturelles et écologistes, régionales et nationales dans les associations de soutien à l'écotourisme. Afin de prévenir d'éventuels problèmes, on veillera à planifier avec soin la communication entre les différents acteurs.

Dans le cadre d'une gestion durable du trafic touristique, l'écotourisme crée de nouvelles possibilités de se divertir en se déplaçant, au travers d'offres attractives basées sur l'human

powered mobility¹². A part cela, les offres écotouristiques misent principalement sur les transports publics (train et bus) et sur des modes de déplacement intelligents.

Best Practice:

Werfenweng/Autriche : La commune de Werfenweng vit essentiellement du tourisme : on compte 1'800 lits d'hôtes pour 700 habitants. Le trafic occasionné par les skieurs qui se rendent dans cette station pour y passer une seule journée – jusqu'à 5'000 par jour – constituait un problème important. Sur la base d'enquêtes menées auprès des visiteurs, on a lancé des initiatives pour réduire le trafic, tout d'abord en créant une zone piétonne au cœur de la localité et en instaurant des formes de mobilité plus 'douces'. Par la suite, les mesures suivantes ont notamment été prises pour réduire le trafic :

- On a proposé aux hôtes et aux habitants des véhicules (voitures, rollers, bicyclettes, etc.) fonctionnant au solaire et à l'électricité.
- On a facilité la venue des visiteurs sur place par la création d'un service de navettes entre Werfenweng et le prochain centre relativement important (Bischofshofen) et au travers d'une coopération avec la centrale de mobilité de Pongau (www.mobility.at). On a amélioré le transport des bagages par les ÖBB (Chemins de fer fédéraux autrichiens) au moyen d'un service local de distribution depuis et jusqu'à la gare (combiné au service de navette).
- Pour garantir la mobilité sur place et dans la région : possibilités de transport avec les voitures des hôtels, service de navette, création d'un service de prêt de voitures et d'une „centrale de mobilité“ sur place, etc. En complément à cela, un répertoire des excursions que l'on peut entreprendre sans voiture a été réalisé.
- Aménagement d'un parking à l'entrée du village.
- Réduction du trafic de passage par l'introduction de limitations de vitesse et par un aménagement de la route principale et de la place centrale favorable aux piétons.
- Coopérations : élaboration d'un catalogue de critères pour les entreprises privilégiant une mobilité douce, avec certification des membres.
- Marketing actif : développement d'un logo pour la mobilité douce („Sanft und mobil“), remaniement des prospectus à disposition et création de brochures inédites.

Informations et contacts :

www.gemeinde-werfenweng.at, www.sanftmobil.at et www.alpsmobility.org.

Marketing et publicité

Faire du marketing en vue de développer l'offre et la commercialisation constitue un véritable défi étant donné qu'on a surtout affaire dans l'écotourisme à de petits entrepreneurs. Il est donc particulièrement important de mettre en place des collaborations qui permettent de commercialiser produits et prestations sans dépenser trop d'argent. Il s'agit dans un premier temps d'évaluer globalement les chances sur le marché des différents secteurs d'offres

¹² L'human powered mobility (HPM) comprend toutes les possibilités de se déplacer en utilisant sa propre force physique et en recourant à des moyens techniques non motorisés, tels que rollers, skateboard, vélo, etc.

écotouristiques. Dans un deuxième temps, il faut établir les possibilités régionales de développer ces offres. Les informations et les données résultant de ces évaluations sont une condition essentielle pour offrir de réelles chances de succès aux concepts de marketing écotouristique.

L'intégration de l'écotourisme dans les structures touristiques existantes, sur le plan local, régional et national, constitue également une condition sine qua non pour une collaboration fructueuse, par ex. pour développer une offre et la commercialiser. Mais les stratégies de marketing écotouristiques promises au succès peuvent aussi impliquer des coopérations avec des partenaires extérieurs à la branche (ainsi le commerce de détail avec de grands centres commerciaux ou des associations écologistes). Dans ce contexte, on pourrait aussi créer un réseau entre différentes destinations écotouristiques et les réunir sous une image commune.

Best Practice:

Coopération entre le Parc national des Hohe Tauern et Billa. Depuis 1997, le Parc national des Hohe Tauern collabore avec l'importante chaîne autrichienne de supermarchés Billa. Cette collaboration prévoit notamment la commercialisation de produits agricoles labellisés provenant de la région du Parc national. Depuis 2000, l'agence de voyage de Billa propose aussi des vacances dans le Parc national.

Sous l'intitulé „klein und fein“, l'association Graubünden Ferien (GRF) promeut un tourisme doux, dans l'esprit d'un développement durable, d'entente avec de petites stations de vacances et d'autres partenaires. Une brochure commune assure la promotion de plusieurs petites stations. Informations :

www.graubuenden.ch/d/kleinundfein/kleinundfein.php3.

Le marketing écotouristique ne peut se distinguer d'autres formes de tourisme que par l'originalité de ses offres. La composante éthique peut aussi jouer un rôle important dans les Alpes, par exemple dans la commercialisation d'une culture locale transmise depuis des générations.

La façon dont les offres sont présentées au public témoigne de l'importance essentielle de la nature et du paysage dans l'écotourisme. Dans cet esprit, l'écotourisme peut apporter des impulsions importantes à tout le tourisme, par ex. dans sa manière de concevoir ses produits et de communiquer.

Coût et bénéfice de l'écotourisme

Le développement de l'écotourisme dans les Alpes devrait créer de nouvelles synergies entre un développement régional autonome et la protection et la valorisation de la nature et du paysage. Il convient de réduire au maximum les conflits entre les activités touristiques et les valeurs naturelles et paysagères. Améliorer les chaînes de création de valeur locales et régionales permet de maintenir des revenus et des emplois et de renforcer les circuits économiques régionaux. Les groupes cibles de l'écotourisme apprécient que l'on recoure à des matières premières et à des produits locaux et régionaux et ils se déclarent disposés à payer davantage

en contrepartie. On augmente la valeur ajoutée régionale non seulement en améliorant la collaboration entre le tourisme, la restauration et l'agriculture, mais aussi en utilisant les ressources renouvelables disponibles sur place, comme l'énergie fournie par la biomasse et le soleil.

Les offres écotouristiques apportent une valeur ajoutée particulièrement importante lorsqu'on peut utiliser pleinement une infrastructure touristique bien développée. Il s'agit là d'un aspect à prendre en considération lors de la conception d'offres écotouristiques. Le fait que les groupes cibles de l'écotourisme dépendent moins de périodes précises dans le choix de leurs vacances permet aussi de mieux tirer parti de l'entre-saison. Les hôtels travaillent mieux sur l'ensemble de l'année et l'on peut réduire en partie les pointes durant la haute saison.

D'un autre côté, il s'agit de renforcer l'adhésion de la population et d'améliorer l'accueil réservé à l'écotourisme dans les régions alpines, qui sont la plupart du temps des régions périphériques et rurales. Il est donc important que la population locale puisse participer au développement de l'écotourisme et du tourisme en général. Dans les régions peu ou pas axées sur le tourisme jusqu'ici, il ne faut pas lancer un développement touristique contre la volonté de la population. Ce principe s'applique également à l'écotourisme dans les Alpes. Il importe d'établir une frontière bien nette entre les visiteurs et la population locale et de préserver la tranquillité de la population résidente.

L'écotourisme dans les Alpes peut aussi avoir des effets négatifs sur l'économie, la société et l'environnement. On évaluera donc à intervalles réguliers et sur le long terme les effets positifs et négatifs du développement écotouristique. Le système de monitoring ad hoc doit comprendre des indicateurs écologiques, mais aussi économiques et socioculturels¹³. Les résultats obtenus seront communiqués régulièrement aux personnes directement concernées par l'écotourisme et à la population résidente.

Bilan sur l'écotourisme dans les Alpes

Le concept de l'écotourisme ne peut être appliqué de manière trop stricte au contexte alpin. La situation y est très différente d'autres régions du monde, d'un point de vue historique, économique et social. Dans les Alpes, l'écotourisme rencontre des structures touristiques très développées s'inscrivant dans une longue tradition. A la différence de beaucoup d'autres régions cibles de l'écotourisme, le tourisme est une branche clef dans l'espace alpin et son influence sur l'économie et la société y est prépondérante depuis des décennies. On peut sérieusement se demander si l'écotourisme constitue une approche suffisante pour le tourisme alpin. Il faut imaginer des concepts et des stratégies écotouristiques répondant à ce contexte spécifique, qui peut, soit dit en passant, présenter aussi des caractéristiques très différentes selon les régions. Il paraît donc intéressant de chercher un nouveau concept et une définition qui tiennent mieux compte des spécificités alpines. L'idée de 'tourisme proche de la nature' imaginée en Suisse représente un premier pas dans ce sens.

¹³ Le 'Prozessorientierte Bewertungsschema für Nachhaltigkeit im Tourismus' de l'Institut pour le tourisme intégratif & la recherche sur les loisirs représente un outil d'évaluation approprié. Informations sous www.iitf.at

On trouve déjà de nombreuses formes de tourisme proche de la nature dans les Alpes, tout à fait comparables à l'écotourisme dans plusieurs de ses objectifs fondamentaux. Le tourisme proche de la nature dans les Alpes dispose de potentiels élevés de création de valeur, mais pas des potentiels de croissance que l'on reconnaît à l'écotourisme à l'échelle mondiale. Plusieurs éléments indiquent toutefois que le tourisme proche de la nature connaîtra aussi un développement important dans les Alpes au cours des années à venir. Les débats actuels sur l'écotourisme peuvent inciter les responsables de la politique touristique à réfléchir davantage à une stratégie générale de tourisme proche de la nature dans les Alpes, d'entente avec les actrices et acteurs concernés.

La politique touristique mais aussi la politique régionale dans les pays alpins sont concernées par l'Année de la montagne et l'Année de l'écotourisme de l'ONU. A l'avenir, le tourisme proche de la nature pourra représenter plus qu'un créneau commercial qui cherche à se positionner quelque part dans le courant touristique. Avec la désaffection de l'agriculture de montagne, il se pourrait que le tourisme doive assumer toujours plus de tâches qui étaient dévolues jusqu'ici à l'agriculture. Des formes de tourisme adaptées à ces nouvelles activités pourraient être intégrées davantage dans la promotion régionale, de manière comparable à l'agriculture de montagne et en interaction avec elle. Aujourd'hui, la promotion d'un tourisme proche de la nature fait déjà partie intégrante de stratégies de politique régionale dans plusieurs pays alpins.

En conclusion, l'écotourisme peut apporter des impulsions importantes au tourisme dans les Alpes malgré les réserves fondamentales exprimées précédemment. En forçant le trait, on pourrait dire que le tourisme alpin correspond déjà dans les grandes lignes à la définition de l'écotourisme donnée par l'OMT. Cela témoigne d'une part de la faiblesse de cette définition mais cela montre aussi que l'écotourisme est une première étape vers une conception d'un tourisme alpin répondant largement aux principes du développement durable. Si les débats actuels sur l'écotourisme contribuent à renforcer le tourisme proche de la nature dans les Alpes, c'est l'ensemble du tourisme alpin qui en bénéficiera.

Annexe:

Bibliographie

1. Akatov, V. et al. (1999): Nachhaltige Entwicklung in einer Bergregion des Kaukasus, NABU/Grüne Liga.
2. Arbeitsgruppe Ökotourismus und BTE (1995): Ökotourismus als Instrument des Naturschutzes? Möglichkeiten zur Erhöhung der Attraktivität von Naturschutzvorhaben, Weltforumsverlag, ISBN: 3-8039-0432-3, Bonn.
3. BAK-Konjunturforschung Basel AG (o.D.): Internationaler Benchmark Report für den Schweizer Tourismus. In: Lehar G. : Importance de la valeur ajoutée créée par le tourisme au Tyrol. In: Actes de la Conférence annuelle 2000 de la CIPRA à Trente : Le tourisme dans les Alpes : Qualité économique – Qualité écologique.
4. Baumgartner, C.; Röhrer, C.(1998): Nachhaltigkeit im Tourismus – Umsetzungsperspektiven auf regionaler Ebene, Fortis Verlag FH, Wien.
5. Baumgartner, C. (2001). Ökotourismus in Berggebieten – eine Herausforderung für die nachhaltige Entwicklung. Internationaler Hintergrund. Grundlagenpapier für die europäische Vorbereitungskonferenz für 2002 in St.Johann und Werfenweng, Österreich, 12.-15.9.2001.
6. Becker, C./Job, H./Witzel, A. (1996). Tourismus und nachhaltige Entwicklung. Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum. Darmstadt 1996.
7. Broggi, M. F. / Staub, R. / Ruffini, F.V. (1999). Grossflächige Schutzgebiete im Alpenraum. Daten. Fakten. Hintergründe. Europäische Akademie Bozen. Fachbereich Alpine Umwelt. Bozen.
8. Buchwald, K.; Engelhardt, W. (Hrsg.) (1998): Freizeit, Tourismus und Umwelt, Economica Verlag, Bonn.
9. Bushell, R. (1999): Development of Approaches and Practice for Sustainable Use of Biological Resources – Tourism, prepared on behalf of WCPA for the SBSTTA 4 (agenda item 4.8) meeting for the Convention on Biological Diversity, Montreal 21–25 June, 1999, IUCN Gland, Switzerland.
10. Bushell, R. (2000): The place of ecotourism, with particular reference to Australia. Presentation to NSW Geography Teachers In Service “The Geography of Tourism” with NSW Dept Education and Training, Tourism NSW, NSW National Parks & Wildlife Service, held at the UWS, Hawkesbury Oct. 27th, 2000.
11. Cernusca, A.; Tappeiner, U.; Bayfield, S.(1999): Land-use changes in European mountain ecosystems, Blackwell.
12. CIPRA (2002): AlpMedia Net n° 14 du 14.6., p.4.
13. Connors, N. (1999): The contribution of national parks to sustainable rural and regional development, NSW NPWS Environmental Economic Series, NSW National Parks & Wildlife Service.

14. Cordell, J. (1993): Who owns the land? Indigenous involvement in Australian protected areas. In, Kempf (ed.), *The Law of the Mother: protecting indigenous people in protected areas*, Sierra Book Club, USA.
15. Driml, S. & Common, M. (1995): Economic and financial benefits of tourism in major protected areas, *Australian Journal of Environmental Management* 2(2)19–39.
16. Eagles, P.F.J. (1995): Tourism and Canadian Parks: fiscal relationships. *Managing Leisure* 1(1) 16–27.
17. Eagles, P.F.J. (1999): International trends in park tourism and ecotourism. Background paper for the Mediterranean Protected Areas: status, adequacy, management and training needs workshop, Cilento, Italy 4–7 Nov 1999.
18. Ecotourism Association of Australia (1999): *Australian Ecotourism Guide 2000*, Brisbane.
19. Ellenberg, L.; Scholz, M.; Beier, B. (1997): *Ökotourismus. Reisen zwischen Ökonomie und Ökologie*, Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg.
20. Figgis, P. (1995): Ecotourism – the good, the bad and the ugly. In Tranter, D. (ed.) *Proceedings of the Southern Highlands/Illawarra Regional Ecotourism Workshop NSW NPWS & Tourism NSW* pp. 3–17.
21. Figgis, P (1999): *Australia's National Parks and Protected Areas: Future Directions*, a Discussion Paper, Australian Committee for IUCN Occasional Paper no. 8, Sydney.
22. Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) (Institut de recherche sur le tourisme et les loisirs) de l'Université de Berne (2001): *Tourismus und Umweltverhalten: Befragung zum Reiseverhalten der Schweizer 2000*, sur mandat de STW et de la Hans Imholz-Stiftung, Berne.
23. Ghimire, K.B. & Pimbert, M.P. (eds.) (1997): *Social change and conservation*, Earthscan, UK.
24. Gomez-Pompa, A. & Kaus, A. (1992): Taming the wilderness myth. *Bioscience* 42 (4), pp. 271–279.
25. Green, M.J.B. & Paine, J. (1997): State of the world's protected areas at the end of the 20th century. Paper presented to the World Commission for Protected Areas Symposium, *Protected Areas in the 21st Century: From islands to networks*. Albany, Western Australia.
26. Institut für Integrativen Tourismus & Freizeitforschung (2001): *integra. Zeitschrift des Instituts für Integrativen Tourismus und Freizeitforschung*. Ausgabe 2/01. 2002 – Internationales Jahr des Ökotourismus und der Berge. Wien.
27. International Union for the Conservation of Nature (1994): *Guidelines for Protected Area Management Categories*. IUCN Gland Switzerland.
28. Kaltenborn, B. P. (2000): Arctic-Alpine Environments and Tourism: Can Sustainability be planned? Lessons learned on Svalbard, Norway, Vol. 20, 28–31, MRD.
29. Kempf, E. (ed.) (1993): *The Law of the Mother: protecting indigenous people in protected areas*, Sierra Book Club, USA.
30. Kreib, Y.; Ulbrich, A. (Hrsg.) (1997): *Gratwanderung Ökotourismus – Strategien gegen den touristischen Ausverkauf von Kultur und Natur*, Focus, ökozid 13, Gießen.

31. K pfer, I./Elsasser, H. (2000). Regionale touristische Wertschöpfungsstudien: Fallbeispiel Nationalparktourismus in der Schweiz. In: *Tourismus Journal*, 4. Jg. (2000) Heft 4, S. 433 – 448.
32. Lindberg, K. and McKercher, B. (1997): *Ecotourism: A Critical Overview*, *Pacific Tourism Review*, 1(1) pp. 65–79.
33. Mader, Ron (2001): [iye2002] Reviewing Reviewing Ecotourism, e-mail to: iye2002@yahoogroups.com (listserver), May 09, 2001 6:13 PM.
34. M ller, H.; Fl gel, M. (1999): *Tourismus und Ökologie – Wechselwirkungen und Handlungsfelder*, *Berner Studien zu Freizeit und Tourismus* 37, FIF-Universität de Berne.
35.  ko Himal, Gesellschaft für ökologische Zusammenarbeit Alpen-Himalaya und INIT-Institut für interdisziplin re Tourismusforschung in Salzburg (2001): *Himalaya-Tourismus: Reisemotive, Reisezufriedenheit, Reiseerfahrungen*.
36. Pleumarom, Anita; Raman, Meenakshi; Yoke Ling Chee (2001): 2002. International Year of Reviewing Ecotourism. Letter to Kofi Annan.
37. Réseau alpin des espaces protégés ; Académie suisse des sciences naturelles ( d.) (2000): *Tourisme dans les espaces protégés des Alpes. Un inventaire de l'infrastructure touristique et du nombre de visiteurs ainsi que des données relatives à la valeur ajoutée sur le plan de l'économie régionale*, Les dossiers du Réseau Alpin, n 2, Berne/Gap 2000.
38. Rhoades, R. (2000): *Integrating local voices and visions into the global mountain agenda*, Vol. 20:1, 4–9, MRD.
39. Sharma, P.; Luger, K. (1999): *Tourism and Development: Case studies from the Himalaya*, Studienverlag.
40. Sheppard, D. (1999): 21st Century strategies for protected areas in East Asia. Paper presented to the 3rd Conference on Protected Areas of East Asia: community involvement in and around the protected areas of East Asia, 8–10 September.
41. Sheppard, D. (1999b): Nature based tourism and protected areas. Paper presented to the Mediterranean Protected Areas: status, adequacy, management and training needs workshop, Cilento, Italy 4–7, Nov 1999.
42. Siegrist, D. (1998). Integrativer ländlicher Tourismus: Aufgaben für Akteurinnen und Akteure. In: (Alpen)Tourismus wohin? Die Sicht von NGOs und Wissenschaft – ein Meilenstein eines stufenweisen Diskussionsprozesses. Herausgegeben von CIPRA Österreich. Wien 1998, S. 73 – 82.
43. Siegrist, D. (2000). Potentiel de création de valeur pour un tourisme orienté vers le paysage. In *Actes de Conférence : Le tourisme dans les Alpes. Qualit  économique – qualité écologique*. CIPRA, Grande série documentaire 18/00. Schaan.
44. Siegrist, D. (2002). Positive Ansätze und blinde Flecken. Das Tourismusprotokoll der Alpenkonvention als Zugpferd für eine integrative Tourismusentwicklung im Alpenraum. In: Luger, K./Rest, F. (Hsg.) *Der Alpentourismus. Entwicklungspotenziale im Spannungsfeld von Kultur,  konomie und  kologie*. Wien.
45. Staiff, R., Kennedy, P. & Bushell, R. (1999): *From Museums to Parks: an Interpretative Leap*, Paper presented to the International Symposium on Society and Resource Management, Brisbane.

46. Taskforce on Economic Benefits of Protected Areas, of the World Commission on Protected Areas of IUCN, in collaboration with the Economic Service Unit of IUCN (1998): Economic Values of Protected Areas: Guidelines for Protected Area Managers. IUCN, Gland, Switzerland and Cambridge.
47. Tasmanian Parks & Wildlife Service (1997): Tasmanian Wilderness World Heritage Area Draft Management Plan, Hobart.
48. Tourism Watch (1995): Anhang zur Informationsschrift Nr. 6/95.
49. Tourism Works for American Council (1996): Annual Report, Washington DC., USA.
50. Van Sickle, K. & Eagles, P.F.J. (1998): User fees and pricing policies in Canadian senior park agencies. *Tourism Management* 19(3), 225–235.
51. Wells, M.P. (1997): Economic perspectives on nature tourism, conservation and development, Environment Dept Paper no. 55, Pollution and Environment Economics Division. Washington DC, The World Bank.
52. Worboys, G.L. (1997): Draft Nature Tourism and Recreation Strategy, NSW National Parks & Wildlife Service, Sydney.
53. World Tourism Organisation (Organisation mondiale du tourisme) (1995): Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry: towards environmentally sustainable development. World Tourism Organisation, World Travel and Tourism Council, and the Earth Council.
54. World Tourism Organisation (Organisation mondiale du tourisme) (2000): International Year of Ecotourism 2002, dépliant.

Internet:

Conférences

www.world-tourism.org

Aperçu de toutes les conférences préparatoires (y compris résolutions et déclarations de principe !) ainsi que du Sommet mondial de Québec.

www.ecotourism-mountains.at

Site de la Conférence européenne préparatoire à l'IYE

Année internationale de la montagne

www.cipra.org

CIPRA

www.mtnforum.org

Mountainforum

www.mountains2002.org

www.montagnes2002.org

www.montanas2002.org

www.mrd-journal.org

www.fao.org

UN Food and Agriculture Organisation
(responsable de l'Année de la montagne)

Année internationale de l'écotourisme

www.uneptie.org

UN Environmental Program (responsable de l'Année de l'écotourisme)

www.world-tourism.org/sustainable/2002ecotourism

Organisation mondiale du tourisme

www.un.org/sustdev/tourism.htm

UN Division for Sustainable Tourism

www.twinside.org/tour.htm

Etudes et publications

www.gtz.de

GTZ (collaboration allemande au développement) : nombreuses études sur l'écotourisme dans les pays en développement.

www.ecotourism.org

Une série de publication sur l'écotourisme en anglais et en espagnol

www.tu-berlin.de

Une série de travaux de diplôme sur le thème du tourisme compatible avec la protection de la nature.

www.mrd-journal.org/volumes

Une série d'études sur les montagnes et quelques-unes sur le tourisme.

www.planeta.com

Liste de bons exemples sur le thème de l'écotourisme, la plupart en Amérique latine

Best Practice

www.eco-tip.org

Donne une série de bons exemples dans le domaine de l'écotourisme.

www.uneptie.org

Comprend une page de bons exemples.

www.planeta.com

Bon exemples sur l'écotourisme, surtout en Amérique latine.

Mailing-Lists:

tourism-csd@egroups.com

<http://www.egroups.com/group/tourism-csd>

fairtradetourism@egroups.com

http://groups.yahoo.com/group/planeta_europe