

ANNEXES 1 ET 2- AGENCE DE VOYAGES LANGUEDOC NATURE

Par

Catherine Lochou Berthiaume

Marion Lacand

Maria Igual-Beltran

Olivier Courbon

Romain Bazire

Camille Dupuyds

Remises à Mme Michèle Batiti et Monsieur Manuel Ibanez

Dans le cadre du cours HMBE3C2 – Valorisation de la biodiversité

MASTER EN INGÉNIERIE DE L'ÉCOLOGIE ET GESTION DE LA BIODIVERSITÉ
UNIVERSITÉ DE MONTPELLIER
ET
MAITRISE EN GESTION DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA BIODIVERSITÉ INTÉGRÉE À LA
GESTION DES TERRITOIRES – DOUBLE DIPLÔME, UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

Le 15 novembre 2016

ANNEXE 1 - FICHE ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE « GARRIGUES » - PRODUCTION

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

L'entreprise Languedoc Nature a été fondée en juin 2004 par Frédéric Certain, le principal responsable, et son associée Fabienne Le Velly-Certain, professionnelle en tourisme qui s'occupe de la comptabilité, la gestion, la clientèle étrangère et la publicité internet. Leur principal objectif est de fidéliser leur clientèle par la réalisation d'une diversité de parcours, différents de ceux proposés ailleurs. L'entreprise se démarque grâce à des offres touristiques et géographiques réalisées sur un large périmètre et par des activités se déroulant entre 2 et 15 jours. Ils réalisent des séjours d'activités en pleine nature en favorisant les déplacements sans véhicules motorisés. Ces activités sont offertes dans le périmètre du Languedoc Roussillon et du Massif central : randonnées à vélo, à cheval, en ski, ainsi qu'en VTT. Les bénéfices obtenus leur permettent de contribuer à l'économie touristique de la région. La classe d'âge de la clientèle se situe entre 30 et 70 ans, composé de familles, de couples ou encore de groupes d'amis. Les étrangers constituent 25% de leur clientèle.

ZONE DE GARRIGUE CONCERNÉE

Les garrigues concernées (haute et basse) se trouvent dans le Languedoc-Roussillon et au sud du Massif central. À l'exception des sentiers balisés pour faire de la randonnée, il n'y a pas d'entretien particulier à y réaliser. La garrigue haute est caractérisée par une zone en cours de boisement, assez fermée avec des buissons d'aromatiques en sous-bois et des arbres, comme le chêne blanc, le chêne vert, le pin d'Alep, le genévrier, etc. Pour ce qui est de la garrigue basse, elle est composée de chêne kermès, de plantes aromatiques (thym, romarin, lavande...) et de petits buissons éparpillés avec une partie du sol nu.

RÉGLEMENTATION

Languedoc Nature est certifié par la *Charte européenne du Tourisme durable* et par celle du VVE écotourisme - Voyages solidaires, responsables et écotouristiques. Ils doivent faire circuler leur clientèle sur chemins ou pâturages balisés. Sur certains territoires, des activités de chasse, de pêche réglementées ou des propriétés privées, notamment des parcelles en viticulture, peuvent contraindre les déplacements (ex : pas d'activités autour du pic St-Loup, car surexploité touristiquement et possède trop de contraintes réglementaires).

STRUCTURE

Languedoc Nature est une société à responsabilité limitée qui est active depuis 12 ans, localisée à Saint Georges d'Orques (34680) et spécialisée dans le secteur des activités des agences de voyages. Ils sont associés à la SARL, qui est la société à responsabilité limitée de France.

MOYENS

Financier

Les fondateurs ont démarré avec une aide à la création d'entreprise par pôle-emploi reçue par Frédéric, mais surtout avec des investissements personnels. Ensuite, ils ont bénéficié d'une aide financière pour la réalisation d'un plan de communication en 2014-2015 suite à un appel d'offres du Massif central. Il leur a été proposé de réaliser une randonnée de canoë-kayak qui a fait l'objet d'articles de presse. Languedoc Nature est également une entreprise défrayée et n'ont donc pas de partenaires financiers. Leur capital social s'élève à 7 500,00 €.

Humain

Frédéric et Fabienne sont les deux seuls employés de l'entreprise. Pour faire entendre parler d'eux, ils possèdent un plan de communication depuis 2014 basé principalement sur leur site internet et sur des communiqués de presse occasionnels. Leurs contenus sont principalement tournés vers la nature des garrigues et leurs activités offertes.

Matériel

Leur entreprise n'a pas de matériel propre à elle-même, excepté du matériel de bureau (ordinateur et imprimante). Tout le matériel pour les activités réalisées en nature est loué à des partenaires. Ils sont associés avec des guides pour les parcours proposés à leurs clients. L'environnement leur tenant à cœur, ils recyclent, font des impressions en recto verso, réutilisent le papier, utilisent du papier recyclé, possèdent des panneaux solaires et font du covoiturage lorsque c'est possible. Ils encouragent également leurs clients à venir par train et ils organisent des séjours dont les parcours sont en boucle, ce qui permet de réduire les frais de déplacement. Ils informent aussi leur clientèle sur l'importance de protéger l'environnement grâce à des livrets qui leur sont remis avant chaque expédition.

MARCHÉS ET CONCURRENCE

Concernant leurs principaux concurrents, ils n'en ont pas réellement sur le territoire en Haut Languedoc, excepté vers l'Aubrac où il y en a quelques-uns. En ayant adhéré en 2010 par leurs convictions au tourisme responsable à VVE, cela leur donne assurément une certaine visibilité. Pour eux, ce n'est pas pour aller se chercher des éloges, mais bien parce qu'ils partagent les mêmes valeurs et les mêmes objectifs. Ils ont aussi participé au *Forum du développement durable en tourisme*. Pour la *Charte européenne du Tourisme durable*, ils ont collaboré avec le parc des Grand-Causse en 2010 à un parcours en Lanrezac avec des guides d'autres parcs. En 2012, la Charte de départ ne concernait que les hébergements et les guides qui évoluent dans le périmètre des parcs. Donc en tant qu'agence de voyages, ils n'en faisaient pas partie et ils ont été les premiers à travailler sur les outils d'identification. Enfin, ils ont été certifiés en 2014 après un travail de longue haleine, qui leur permet d'avoir aujourd'hui une reconnaissance qui les démarque.

PRODUCTIVITÉ/ PERFORMANCE

L'entreprise est aujourd'hui stable en terme économique. La saison la plus productive pour l'entreprise reste le printemps. Ils ont la totalité du marché dans presque toutes les zones où les séjours se déroulent, à exception de l'Aubrac où ils n'y ont pas beaucoup de compétences. Ils produisent des services en faisant appel à des prestataires.

RENTABILITÉ

De l'ensemble de ses revenus, 75% sont redistribués aux territoires (prestataires), le reste revient à l'entreprise. Ces bénéfices servent à la rémunération de Frédéric dont 16% en cotisation sociale et une petite partie sont investies en communication, avec deux communiqués de presse par an, ce qui correspond à environ 2200€. En termes de bénéfices annuels, ils ont eu la première année (2004) 3 000€ de revenus, et en 2015, 129 635€. La progression de l'entreprise est donc très positive.

SCHÉMA RÉSEAU DE FONCTIONNEMENT ÉCONOMIQUE

En ce qui concerne leurs partenaires, ils ont des prestataires d'hébergement, en restauration (lunch pour les randonneurs), en services (transport de bagages, transfert de randonneurs), en encadrement (pour les activités, les séjours) et en location (VTT, raquettes, ski, etc.). Ils ont des formules guidées et encadrées, surtout l'hiver pour ne pas laisser les gens seuls en cours d'expédition. Pour l'escalade, le matériel est fourni dans la prestation d'encadrement.

SUBVENTIONS – AIDES

Ils n'en reçoivent aucune.

PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT

Ils envisagent, au travers de rencontres avec divers opérateurs, d'élargir leur marché envers le Danemark, la Suède, l'Allemagne et aux Pays-Bas, afin de développer un autre type de clientèle, puisqu'actuellement leur clientèle étrangère est minoritaire. Ils aimeraient aussi faire de la revente de séjours par des voyagistes étrangers, surtout dans le nord de l'Europe. Sinon, ils espèrent enrichir leur offre de séjour, comme en organisant la traversée de l'Ardèche ou en s'implantant dans les Pyrénées orientales. Pour leur organisation interne de travail, ils aimeraient être plus productifs sur les bases de données, l'automatisation de l'information, la gestion du temps, en esthétique de présentation de documents et via leur site internet.

ANNEXE 2 - DESCRIPTION ET ANALYSE SOMMAIRE DES PRINCIPAUX IMPACTS DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT

MILIEU PHYSIQUE

Le périmètre d'offre de séjours s'étend depuis les Pyrénées orientales jusqu'au plateau de l'Aubrac et le plateau ardéchois, en passant par l'arrière-pays héraultais. Les activités proposées par Languedoc Nature ont des impacts négatifs sur le milieu physique, notamment par le piétinement et l'érosion du sol (randonneurs, déplacement en VTT, etc.). Cependant, ces impacts restent minimes, puisque toutes les activités proposées se déroulent sur des sentiers balisés. Ils utilisent les aménagements déjà existants et lorsque des touristes leur demandent l'accès à des chemins secrets à l'extérieur des parcours, ils refusent de leur en indiquer, car cela nuirait à la nature, étant contraire à leur mentalité. Par leurs offres d'activités, ils valorisent le territoire en circulant en milieu calcaire, les granites, la zone volcanique en Auvergne, des tourbières, etc.

MILIEU NATUREL

Ils ont une quinzaine d'offres d'écotourisme à travers lesquelles ils mettent en valeur le milieu naturel, la faune et la flore de la garrigue et bien d'autres types d'écosystèmes : séjours pour aller à l'écoute du brame du cerf, goûter la garrigue, découvrir les grands rapaces des Cévennes, la botanique avec des plantes aromatiques et bien d'autres options. Malheureusement, ce type d'offre ne se vend pas. Par la découverte du milieu naturel, il y a à la fois un impact positif par la sensibilisation et éducation à l'environnement, mais il peut aussi avoir un effet négatif lors du prélèvement des champignons, châtaignes ou des plantes aromatiques. Cependant, Languedoc Nature essaie de minimiser les impacts négatifs sur l'écosystème en sensibilisant ses clients, avec la remise d'un carnet sur l'environnement au début de leur séjour, avec des règles de bonnes conduites, des labels bio ou des variétés locales à favoriser. Ils suggèrent aussi les gens à ramener des produits typiques de la région suite à leur séjour (lavande, huile, herbes de Provence, etc.).

PAYSAGE ET PATRIMOINE

Leurs offres d'activités valorisent l'écosystème de la garrigue en mettant en avant le paysage et le patrimoine bâti, ainsi que les activités ancestrales déroulées dans ces milieux naturels

(pastoralisme). Par exemple, ils proposent un séjour sur le *Réseau vert garrigue* qui consiste en un parcours emblématique qui démarre au Pont du Gard et qu'arrive jusqu'à Agde. Les fondateurs de l'entreprise, étant des usagers de la garrigue, ont une optique de protection de la nature et de valorisation du patrimoine via leurs offres de séjour. Ils ont développé quelques séjours spécifiques sur le paysage de la garrigue, avec des sorties photo, des séjours valorisant les paysages calcaires, les vignobles, etc. Malgré leur volonté de valoriser la garrigue au travers de leurs offres, ils ne reçoivent pas forcément de retour en termes de demandes de la part de leurs clients.

ACTIVITÉS HUMAINES ET RISQUES

Les activités peuvent avoir un impact sur l'environnement, notamment en termes de déchets jetés, même si la clientèle est sensibilisée via l'entreprise à travers le carnet remis aux clients sur l'environnement. En cas de risque d'inondation, les séjours sont annulés ou reportés. Concernant les feux de forêt, il s'agit d'un risque grave qui dégrade l'environnement et qui peut limiter leurs offres de séjour. Malgré tout, ils ne sensibilisent pas spécifiquement leur clientèle sur cet enjeu, ni spécifiquement au sujet des risques engendrés par les fumeurs. Du côté des risques environnementaux sur le long terme, la compétition économique du territoire menace constamment les séjours proposés par le phénomène de l'étalement urbain, qui induit la fragmentation des milieux naturels et dégrade le paysage. Finalement, l'érosion de la biodiversité limite de plus en plus l'offre de séjours en nature sauvage et les invasions biologiques peuvent nuire certains sites.