



**HAL**  
open science

## Du bleu au vert, quand l'île tente de tourner le dos à la mer. L'introduction du paysage végétal dans les images de destination

Christian Germanaz, Michel Sicre

### ► To cite this version:

Christian Germanaz, Michel Sicre. Du bleu au vert, quand l'île tente de tourner le dos à la mer. L'introduction du paysage végétal dans les images de destination. Colloque international Paysages et biodiversités de la Caraïbe et des Guyanes, Dec 2010, Fort de France, Martinique. pp.12435, 10.4000/vertigo.12435 . hal-01234528

**HAL Id: hal-01234528**

**<https://hal.univ-reunion.fr/hal-01234528>**

Submitted on 25 Mar 2019

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



## VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement

Hors-série 14 | septembre 2012

Biodiversités et paysages : de la connaissance et de la représentation des paysages à leur aménagement durable

---

# Du bleu au vert, quand l'île tente de tourner le dos à la mer

L'introduction du paysage végétal dans les images de destination

Christian Germanaz et Michel Sicre

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/vertigo/12435>

DOI : 10.4000/vertigo.12435

ISBN : 978-2-923982-91-5

ISSN : 1492-8442

### Éditeur

Les Éditions en environnement VertigO

### Édition imprimée

ISBN : 978-2-923982-92-2

Ce document vous est offert par Les Bibliothèques de l'Université de La Réunion



### Référence électronique

Christian Germanaz et Michel Sicre, « Du bleu au vert, quand l'île tente de tourner le dos à la mer », *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement* [En ligne], Hors-série 14 | septembre 2012, mis en ligne le 18 septembre 2012, consulté le 25 mars 2019. URL : <http://journals.openedition.org/vertigo/12435> ; DOI : 10.4000/vertigo.12435

---

Ce document a été généré automatiquement le 25 mars 2019.



Les contenus de *VertigO* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

---

# Du bleu au vert, quand l'île tente de tourner le dos à la mer

L'introduction du paysage végétal dans les images de destination

Christian Germanaz et Michel Sicre

---

- 1 La présence de notre intervention au colloque *Paysages et biodiversités de la Caraïbe et des Guyanes* se rattache à la thématique 4 proposée par les organisateurs et plus particulièrement à la question sur la *gestion comparée des paysages végétaux*. Le souhait implicite d'un échange d'expériences contenu dans cette interrogation ouvre la porte de cet événement à des espaces dont la localisation dépasse largement le cadre géographique dessiné dans l'appel à soumission. C'est le cas avec notre contribution dont les terrains de référence sont incarnés par les îles du sud-ouest de l'océan Indien et plus particulièrement celle de La Réunion.
- 2 Pour délimiter le champ d'analyse couvert par cette communication, nous devons préciser que celle-ci procède d'un constat établi dans l'océan Indien (mais sans doute perceptible ailleurs), l'apparition d'une tentative (ou d'une tentation) d'un retournement spatial, du littoral vers l'intérieur (du bleu au vert), pour diversifier l'attractivité touristique de ces espaces insulaires. Dans ce processus, la mise en valeur du paysage végétal est utilisée comme vecteur communiquant, comme symbole d'allégeance au nouveau paradigme environnemental et plus concrètement comme *attraction* et *attracteur* permettant d'élargir une offre de parcours touristiques à des espaces intérieurs jusqu'alors peu ou mal valorisés. Pour l'ensemble des îles du sud-ouest de l'océan Indien (Madagascar, Maurice, Seychelles et La Réunion), cette nouvelle orientation est particulièrement visible dans les dispositifs visuels de promotion touristique qui participent pleinement à créer ou à renforcer une image de destination. Ce constat nous invite donc à une incursion dans le domaine des représentations spatiales par le biais de la notion délicate d'image de destination et, en prenant en compte la conversion des sociétés aux mythes de « l'écoblanchiment », à considérer le paysage végétal, dans une interprétation environnementaliste et patrimoniale, comme une nouvelle expression identitaire, emblématique et onirique du lieu touristique.

- 3 Notre objectif est d'analyser, dans le cadre d'une petite économie insulaire et dans un contexte où les choix politiques attribuent une priorité au développement touristique, les implications de ce retournement spatial en termes de gestion environnementale et d'aménagement paysager. La Réunion, dont la demande d'inscription de ses « Pitons, Cirques et remparts » au Patrimoine de l'Humanité a été justifiée, en partie, par la singularité et la biodiversité des composants de son paysage végétal, nous servira d'échantillon témoin. Le cheminement de cette analyse emprunte une première étape pour expliciter notre position de recherche sur des notions qui restent encore assez floues (image de destination) où dont la trop grande polysémie nécessite la détermination d'un parti pris (paysage). Ce point permet également de contextualiser le renouvellement de l'intérêt des sociétés pour leur environnement végétal et de l'articuler sur les stratégies du « marketing » touristique, en particulier au niveau de leur formalisation visuelle. Si, la seconde étape fixe les principes et les caractéristiques du retournement spatial contemporain de l'île, elle tente surtout de dégager, à travers l'introduction du paysage végétal dans les visuels touristiques institutionnels, les perspectives de construction ou d'affirmation d'une image de destination pour les Seychelles, Maurice, Rodrigues et La Réunion. En conservant en arrière-fond la sphère de l'économie touristique et celle des images de destination et en gardant en ligne de mire leurs conséquences induites sur le paysage, le dernier point apporte des éléments concrets au thème de la gestion comparée des paysages végétaux par une présentation des projets d'aménagement écotouristique développés à La Réunion sous l'égide du Parc National.

## L'image des destinations et le paysage végétal

### Définitions et contextes

- 4 Nous l'avons précisé plus haut, le constat d'une tentative de retournement spatial de l'île par le biais d'une valorisation de ses paysages végétaux s'appuie sur l'analyse de l'expression iconographique qui en est exposée (c.-à-d. l'ensemble des dispositifs visuels mis au point et diffusés par les responsables de la promotion touristique de l'espace insulaire considéré). Cette expression contribue, mais ne constitue pas en elle-même l'image de destination. Une définition assez simple de cette dernière consisterait à la réduire à l'agglomérat des représentations mentales que s'est construit une société sur un espace donné. Ce sont surtout les chercheurs anglo-saxons des sciences sociales qui se sont intéressés aux images de destination (Pike, 2002). Les études portent sur les méthodologies permettant d'évaluer l'impact de ces images dans le choix d'une destination (Ryan et Cave, 2005 ; Gover *et al.*, 2007 ; Chin-Tsai et Ya-Ling, 2009 ; Royo-Vela, 2009). Le qualificatif de destination n'est bien sûr pas neutre. Il nous renvoie d'emblée au champ du tourisme avec en arrière-plan les stratégies de marketing développées par les opérateurs de cette activité, très sensibles à la valeur et au potentiel de l'image des espaces dont ils sont censés assurer la visibilité au sein d'une offre de destinations pléthorique. Ce point de vue explique, en partie, l'existence d'une certaine confusion autour de la notion parmi les professionnels du tourisme, où l'image de destination est assimilée la plupart du temps à l'image de marque (brand) (Tasci et Kozak, 2006). Si, celle-ci participe à la construction de l'image de destination, nous pensons que cette dernière est beaucoup plus complexe. D'un point de vue géographique, nous sommes tentés de l'associer à *l'image du lieu* (c.-à-d. l'ensemble des représentations et des valeurs projetées

sur cet objet géographique) et c'est sur la conceptualisation de celle-ci que nous fondons notre représentation de l'image de destination.

- 5 Les travaux des géographes comme V. Berdoulay, A. Berque, B. Debarbieux ou M. Bédard<sup>1</sup>, ont intimement exploré la nature du lieu et ses déclinaisons morphologiques. L'exposé de cet item dans le *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (Berque et al., 2003, 555-563) présente une très bonne synthèse de ce concept géographique pour lequel, Michel Lussault, précise qu'un
 

« véritable lieu n'existe pleinement qu'en tant qu'il possède une portée sociale, en termes de pratiques comme de représentations, qu'il s'inscrit comme un objet identifiable, et éventuellement identificatoire, dans un fonctionnement collectif, qu'il est chargé de valeurs communes dans lesquelles, peuvent potentiellement – donc pas systématiquement – se reconnaître les individus » (*ibid.*, 562).
- 6 Les propriétés qui semblent fonder l'ontologie du lieu, soulignées par le géographe, rencontrent notre point de vue sur l'image qui lui est attachée. Celle-ci se présente bien comme une représentation sociale, construite et reconnue (peut-être « pas systématiquement ») par l'ensemble du collectif social et qui offre aux individus les indices de la reconnaissance du lieu ou plus simplement les marques consubstantielles de son identité<sup>2</sup>.
- 7 Pour évacuer l'ambiguïté sémantique de l'expression *image de destination*, nous proposons de la remplacer par celle d'*image du lieu* et de conserver son emploi pour désigner les représentations touristiques attachées à une destination. Ces représentations sont, en grande partie, le produit des campagnes promotionnelles qui mettent en valeur, à travers un corpus d'images, séquencées ou individuelles, un lieu touristique en lui construisant une véritable image de marque circonstancielle et mobile dans le temps. Dans cette acceptation, l'image de destination n'exprimerait qu'une facette de celle du lieu et elle n'en serait qu'un contenu parmi d'autres<sup>3</sup>.
- 8 Ainsi, la destination, comme lieu touristique, existe à travers ses représentations dans lesquelles l'image tient une place importante. La construction de cette dernière est un processus compliqué, car il dépend de nombreux facteurs et du grand nombre des interactions qui les animent dans un fonctionnement systémique. La temporalité en fait partie. Elle incite à envisager les conditions d'apparition et de durabilité de l'*image du lieu* touristique tout en soulignant indirectement que celle-ci n'existe pas forcément pour tous les espaces livrés au tourisme. Cette capacité d'existence est déterminée par les singularités « naturelles » et culturelles intrinsèques à cet espace, mais aussi et surtout par leur reconnaissance et leur médiatisation extérieures. Ce sont généralement les lieux « dont on parle », ceux où « il faut être » qui disposent d'une forte image de destination. Outre l'instrumentation technologique (progrès des transports et des communications...) et intellectuelle (ouverture des mentalités, mouvements économiques, connaissance universelle d'un « monde fini »...), la compréhension de la « fabrication » de l'*image du lieu* touristique doit faire une place particulière aux médias culturels. La fixation de l'image de Tahiti comme symbole du mythe édénique (Bachimon, 1990) n'est pas compréhensible si on ne la met pas en correspondance avec les écrits des philosophes des Lumières (Rousseau), les récits des explorations du *Grand Océan* à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle et au début du XIX<sup>e</sup> (Cook, Bougainville), le succès des romans exotiques (*Les révoltés de la Bounty*, J. Verne 1879), l'expérience picturale de Paul Gauguin (1891-1903), sans oublier les productions hollywoodiennes des années 1950-1960... Plus récemment, *le Voyage à Rodrigues* (1986) de J-M. G., Le Clésio a offert à l'île une visibilité qu'elle n'avait jamais eue,

en dehors du cercle des spécialistes de l'histoire de la littérature de voyage, sans aboutir toutefois à lui construire une véritable *image de lieu*. Lorsqu'elles existent, la géographie ne peut pas ignorer les images de lieu, car leur matrice est celle des représentations spatiales. L'espace est donc bien au cœur de leur gestation, très souvent sous la forme de fragments dont le paysage en constitue l'une des expressions essentielles.

- 9 Le paysage végétal est la deuxième notion de cette communication qui mérite quelques éclaircissements. Plus que sa définition qui a été l'objet d'une littérature débordante, c'est sa déclinaison végétale qui doit être explicitée ici. Commençons par préciser notre parti pris sur la notion de paysage. Nous empruntons sa définition à l'école de Besançon, représentée par l'équipe ThéMa (UMR 6049). Cette proposition a l'avantage de concilier les deux principales approches géographiques sur le paysage.

Le paysage est apparence. Il présente une infinité d'images du monde qui nous entoure, saisies en collections ou en séquences et n'incluant ni le très proche ni le trop lointain. Il montre, en vue tangentielle, le spectacle offert par les combinaisons variées d'objets agencés partout à la surface du globe. Il est produit par des systèmes de forces complexes et évolutifs activés par la Nature et les hommes. Potentiellement visible en tout point de l'espace, le paysage n'existe vraiment que lorsqu'il est considéré comme tel, au terme d'une démarche le plus souvent artialisante, par ceux qui le perçoivent, le vivent et l'utilisent. Il n'est pas plus réductible à sa matérialité produite qu'à son idéalité issue des regards de ceux qui le voient ; la vue peut, d'ailleurs, être aidée par les autres sens. Le paysage évolue sans cesse, aussi bien dans sa production physique que dans la perception qu'on en a, soumise aux mythes et aux modes. Enfin, la diversité des approches induit la variété des définitions fréquemment partielles que l'on rencontre : le terme paysage est fortement polysémique<sup>4</sup>.

D'après, Griselin, M., Ormaux, S., Wieber, J.-P., 2006, « Autour du paysage », *Encyclopédie en ligne Hypergéô*, Hypergéô, p. 5.

- 10 Nous pouvons souligner, au passage, que le registre des termes utilisés dans cette définition pourrait être presque entièrement transposé à celui de *l'image du lieu*. Pour revenir au paysage végétal, celui-ci constitue une déclinaison de la notion générique dans laquelle la place du végétal serait prépondérante. L'élément végétal étant très fréquent dans le paysage, à partir de quel moment son recouvrement et la variété de ses formes permettent-ils d'avancer son exclusivité au point d'attribuer au paysage le qualificatif englobant de végétal? En apparence évidente, nous réalisons bien que la définition du paysage végétal n'est pas si simple, ce que confirme un des questionnements de ce colloque qui a pour ambition de la circonscrire à travers l'analyse [de la] *Structure [du] fonctionnement et [de la] dynamique des composantes des paysages végétaux* (thème n° 1). Sa définition et ses formes peuvent faire débat, mais la confortation de sa visibilité dans les dispositifs promotionnels d'une gestion durable de l'environnement est indéniable.
- 11 Dans le contexte de l'affirmation du paradigme environnemental, les caractéristiques des formations et des espèces végétales (endémisme, biodiversité, sensibilité écologique) sont clairement affichées pour soutenir les desseins d'une gestion raisonnée du biotope afin de conserver en l'état le patrimoine végétal de notre environnement. Tous les champs de la sphère sociale sont imprégnés par ce contexte qui interpelle également l'attention « écocitoyenne » de l'ensemble des acteurs sociaux. Plus aucun projet, soumis à un financement institutionnel (national comme international) ou même privé, ne peut recevoir un avis favorable s'il n'a pas été conçu et présenté sous le « label vert ». De la même manière, il n'y a plus, aujourd'hui, d'annonceur publicitaire qui se dispenserait de cette certification pour faire la promotion de ses « produits », y compris dans le domaine

touristique où la différenciation des destinations s'effectue par la mise en avant d'une garantie « écoresponsable ». Plus paradoxale, cette contamination a atteint les plus grandes firmes internationales qui sont souvent à l'origine des processus de pression et de perturbation environnementales. En utilisant le « greenwashing<sup>5</sup> », elles reconstruisent ou adaptent leur image de marque aux nouvelles normes du « politiquement correct » en matière d'environnement (Jenner, 2005 ; Larceneux *et al.*, 2008). La symbolique du vert dans l'affichage du militantisme écologique n'est pas sans résonance avec celle du paysage végétal. Nous comprenons alors aisément la place centrale que peut tenir ce dernier dans la reformulation des images de destination<sup>6</sup>.

## Le paysage végétal et le retournement spatial insulaire

### Quelle réalité, pour quelle image de destinations?

- 12 Le constat mentionné en titre de cette communication s'appuie sur une étude menée dans le cadre conjoint d'un Bonus Qualité Recherche (Université de La Réunion) et celui ouvert par les axes de recherche du CREGUR sur le tourisme dans l'océan Indien. Pour chacune des îles retenues, le matériau de notre analyse a été constitué de l'ensemble des visuels touristiques conçus et diffusés par les différentes institutions chargées de la promotion touristique de leur destination. Ce matériau a été complété par une série d'entretiens avec les principaux concepteurs de ces campagnes institutionnelles. Dans le fond (orientation, parti pris, décision) comme dans la forme (affiches, films, brochures, plaquettes, slogans), il est aisé de constater l'augmentation des insertions de la thématique du « paysage vert » (souvent sous la forme du végétal) dans les nouvelles images de destination produites depuis le début années 2000. La fréquence de l'apparition du paysage végétal dans les visuels comme dans les discours traduit la volonté des responsables politiques certes, à s'aligner sur le politiquement correct ambiant du respect et de la promotion de l'environnement, mais surtout à relancer une activité économique vitale pour le développement national, devenue, aujourd'hui, la proie d'un certain désarroi provoqué par les turbulences conjoncturelles de l'économie mondialisée et, à l'échelle régionale, par un accroissement de l'offre concurrentielle.
- 13 Avec moins de 0,2 % des arrivées internationales du tourisme mondial (Tableau 1), Madagascar et les deux archipels, les Seychelles et les Mascareignes, représentent une part très marginale de l'activité touristique mondiale. Cependant, au niveau national, les revenus générés par le tourisme sont parfois très importants pour ces économies<sup>7</sup> d'où l'intérêt primordial accordé à ce secteur. Les difficultés de l'économie mondiale qui ont touché le transport aérien dont ces espaces restent fondamentalement tributaires, ajoutées à un manque de singularité dans l'offre touristique proposée par des îles dont les substrats géographiques restent assez proches, ont conduit les responsables respectifs du secteur touristique à renouveler leur offre en mettant en place de nouvelles campagnes promotionnelles. Si chacun de ces espaces insulaires a formalisé des objectifs spécifiques adaptés à sa situation en termes de positionnement et de visibilité de sa destination, l'ensemble des acteurs partage le projet - tentation pour certains (Seychelles, Maurice), tentative pour d'autres (Madagascar, La Réunion) - d'ouvrir plus largement leurs espaces intérieurs au développement touristique. L'intégration de l'ensemble du potentiel paysager, où le végétal est mis en exergue par une redécouverte de ses vertus écologiques et surtout par la valorisation de ses caractères endémiques, doit contribuer à la relance de

la destination et à l'affirmation de sa singularité vis-à-vis de ses concurrentes. Tout en permettant d'atténuer la pression sur les littoraux (Seychelles, Maurice) où les flux touristiques restent encore très concentrés<sup>8</sup>, le but de cette réorientation est aussi d'assurer une meilleure équité socio-économique par une diffusion de l'effort de développement à l'ensemble du territoire national.

Tableau 1 . Arrivées internationales du tourisme pour l'année 2009

Destinations	2009
Monde	880 000 000
Madagascar	162 687
Maurice	871 356
Réunion	421 900
Seychelles	157 541
Total	1 613 484
Part mondiale en %	0,18

**SOURCE : OMT (2010), PAFMTA (MADAGASCAR 2010), CENTRAL STATISTICS OFFICE (MAURICE 2010), INSEE (2010), NATIONAL BUREAU OF STATISTICS (SEYCHELLES 2010)**

- 14 L'expression de cette politique partagée se manifeste par tout un ensemble de projets et de réalisations qui impliquent une intervention sur la biosphère par des aménagements réalisés en souscrivant aux normes environnementales. Généralement, la faune et la flore sont mises en avant, soit pour exprimer l'importance de l'endémisme insulaire, soit comme symbole de sa biodiversité lorsqu'elle existe. Dans toutes les îles considérées par cette analyse, les zones protégées, la création de réserves naturelles et/ou de parcs nationaux et l'inscription par l'UNESCO des espaces les plus singuliers de leur territoire au titre de Patrimoine mondial ont constitué les opérations les plus visibles et les plus médiatisées (Tableau 2). En liaison avec les précédentes, les interventions dans la noosphère ont été également très nombreuses. Elles touchent le domaine de la connaissance avec la mise en place de programmes de recherche nationaux et internationaux sur l'inventaire, la conservation et la protection de la biodiversité insulaires (Seychelles, Rodrigues, Réunion). Comme secteur privilégié pour promouvoir le message environnementaliste auprès des futurs citoyens responsables, l'Éducation n'échappe pas à ces interventions qui prennent des formes multiples (journée de l'environnement, projets scolaires de replantation d'arbres commandités par les compagnies aériennes). En effet, il faut mettre en adéquation le projet touristique d'une île verte et les comportements de ses habitants. Ce point reste d'ailleurs le plus problématique, car entre l'image affichée de la promesse d'un environnement respecté et la réalité observée sur le terrain par les visiteurs, l'écart est parfois très grand<sup>9</sup>. Ce nouveau rapport à l'environnement insulaire, instauré et promu par les autorités, est médiatisé par l'intermédiaire de campagnes de communication dont le message de fond a



été récupéré par la filière du tourisme pour renouveler ou amplifier l'image de destination attachée à chacune des îles.

Tableau 2. « L'empreinte » de l'enjeu environnemental dans le sud-ouest de l'océan indien

Espace insulaire	Zones et réserves protégées	Parcs naturels	Patrimoine Mondial
Archipel des SEYCHELLES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réserve spéciale de l'île Cousin (1968-1975 - 28 ha)</li> <li>• Réserve spéciale de l'île Aride (1973-1970 ha)</li> <li>• Shell reserve de North East Point (1987 - 299 ha)</li> <li>• Shell reserve La Digue (1987 - 158 ha)</li> <li>• Shell reserve de pointe Zanguille (1987 - 158 ha)</li> <li>• Shell reserve Anse Faure (1987 - ...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parc Naturel du Morne Seychellois (1979 - 3 045 ha)</li> <li>• Parc National de Praslin (1979 - 675 ha)</li> <li>• Sainte Anne Marine National Park (1973 - 1 453 ha)</li> <li>• Port Launay Marine National Park (1979 - 158 ha)</li> <li>• Baie Ternay Marine National Park (1979-1980 ha)</li> <li>• Curieuse Marine National Park (1979 - 1 470 ha)</li> <li>• Silhouette Marine National Park (1987 - 3 045 ha)</li> <li>• Île Coco, Île La Fouche &amp; Îlot Platte Marine National Park (1997 - 1 ha)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vallée de Mai (1983 - 20 ha)</li> <li>• Atoll d'Aldabra (1982 - 35 000 ha)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 Réserves de pêche créées en 2000 : Port Louis (300 ha), Black River (790 ha), Grand Port (1 830 ha), Trou d'Eau Douce (570 ha), Poste Lafayette (280 ha), Poudre d'Or (2 540 ha).</li> <li>• 4 réserves marines en cours de création depuis 2007 : Rivière Banane (150 ha), Anses aux Anglais (150 ha), Grand Bassin (1 410 ha), Passe Demie (720 ha).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parc National des Gorges de la Rivière Noire (1994 - 6 754 ha)</li> <li>• Parc Marin Balacôve (1997 - 2000 - 1 ha)</li> <li>• Parc Marin Blue Bay (1997 - 2000 - 3 045 ha)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paysage culturel du Morne (2008 - Bien 349 ha + zone tampon de 204 ha)</li> <li>• Agropolis GMN (2006 - Bien 0,16 ha + zone tampon de 28 ha)</li> </ul>
île de LA RÉUNION	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réserve Naturelle Nationale de l'Étang de St Paul (2008 - 447 ha)</li> <li>• 11 Réserves biologiques intégrales* du Piton de la Fournaise, des Mokes Bras des Merles - Bras Bénale, de Bébour, de Bébour, de Cirois, du Mezaris, de Notre-Dame de la Paix, de Bois de couleurs, des Bas, de Bois de Nèfles, du Littoral de St-Philippe (2002 - 36 276 ha)</li> <li>• Réserve Naturelle de La Roche Écrite (1999 - 3 635 ha)</li> <li>• Réserve Naturelle de Mare Longue St Philippe (1981 - 69 ha)</li> <li>• 1 réserve de pêche créée en 1976 et modifiée en 1992 : St Paul, St Leu, Étang Salé, Trois Bassins, St Pierre et Petite Île.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parc National de La Réunion (2007 - Cœur : 105 447 ha + zone adhésion 87 800 ha)</li> <li>• Parc Marin de La Réunion (RNMR) (2007 - 3 500 ha), Côtes ouest et sud (de St Paul à Petite Île).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pitons, cirques et remparts de l'île de La Réunion (2010 - Bien 1 05 838 ha + zone tampon de 11 729 ha).</li> </ul>

\* Ces réserves ont été intégrées au Parc National en 2007 et ont donc changé de statut. Sources : sites institutionnels de chaque espace insulaire dédiés aux réserves et parcs naturels et Réseau des Aires Maritimes Protégées des membres de la Commission de l'Océan Indien (<http://www.aomp-cioi.org/pays-membres/introduction.html>).

- 15 La conjonction de l'ensemble de ces indices nous a conduits à formuler l'hypothèse d'un retournement spatial de l'île quant à son offre touristique. Ce retournement est parfois une réalité (La Réunion), mais, pour les espaces insulaires dont l'image de destination reste rivée sur l'expression du balnéaire (Seychelles, Maurice-Rodrigue), il est plutôt conçu comme une alternative potentielle visant au renforcement de leur activité touristique. Tentative ou tentation, l'expression de cette réorientation spatiale donne lieu à trois types de situation qui ne se traduisent pas forcément par une singularisation des destinations, puisque toutes jouent sur le même registre du vert, mais qui permettent à certaines de clarifier leurs stratégies touristiques et donc à gagner une visibilité en termes d'image de destination.
- 16 L'archipel des Seychelles et l'île Maurice présentent une situation caractérisée par une offre touristique fondamentalement ancrée sur leur potentiel balnéaire. La mise en tourisme du littoral sous des formes immobilières et juridiques aujourd'hui élargies, comme celle des Hôtels-villages avec « villa de résident »<sup>10</sup>, mobilise toujours l'essentiel de l'attention et des financements de l'État comme ceux du secteur privé national ou étranger. L'introduction plus visible du potentiel touristique de leur espace intérieur, dans les stratégies de communication, correspond plus à un message fort envoyé aux bailleurs de fonds internationaux pour signifier une adhésion formelle aux discours sur la protection environnementale qu'à une véritable politique d'aménagement suivie et concertée des ressources paysagères végétales sur le long terme. Il faut sans doute nuancer ce jugement trop tranché, en particulier pour les Seychelles. En effet, les responsables politiques historiques de cet archipel, dont le Président René (1977-2004),

ont très vite réalisé la richesse et la vulnérabilité de leur ensemble insulaire convoité par une « industrie » touristique en plein essor international au début des années 1970. Convaincus de la nécessité d'une exploitation mesurée du « paradis seychellois » pour la prolonger le plus longtemps possible, ils ont mis en place un cortège de mesures dans ce sens. Le choix du haut de gamme pour sélectionner et limiter le nombre d'arrivées touristiques, la répartition des flux sur un grand nombre de sites pour éviter de dépasser les seuils de capacité de charge des littoraux en termes de fréquentation<sup>11</sup> et la création de réserves naturelles ont constitué des décisions prises très tôt. En ce sens, les Seychelles ont fait la preuve, dès le début des années 1970, d'un discernement environnemental longtemps absent chez ses voisins régionaux. La création en 1979 de deux parcs naturels à l'intérieur de l'île de Mahé et de celle de Praslin, ainsi que le classement de la *Vallée de Mai* au Patrimoine mondial (1983), témoigne d'une certaine conscience des responsables politiques de l'intérêt de la biodiversité des paysages végétaux de l'archipel. L'introduction de ces paysages dans les images touristiques assurant la continuité de l'offre seychelloise correspond bien à cette volonté de mettre l'accent sur la richesse naturelle de l'espace intérieur des îles de l'archipel. Intégrée stratégiquement dans la nouvelle campagne promotionnelle mise en place en 2007 par le STB (*Seychelles Travel Board*), cette introduction n'a cependant pas pour objectif de bouleverser l'image de marque d'une destination puissamment ancrée sur le mythe du paradis insulaire tropical.

- 17 Pour l'île Maurice, l'intérêt de ses paysages végétaux est bien pris en compte dans son offre touristique avec la médiatisation du *Parc Naturel des Gorges de la Rivière Noire* et celle de son emblématique *Jardin botanique de Pamplousse*. Cependant, le développement d'une offre écotouristique, au sens de l'arrivée d'une clientèle focalisée sur des activités de pleine nature et tentée par un hébergement « authentique » chez l'habitant, n'est pas vraiment une priorité. Présente dans ses catalogues, cette niche touristique est plus envisagée comme une vitrine de « bonne conduite » que comme une ressource touristique rentable pour Maurice. Abondamment illustré dans les images promotionnelles de l'île, le seul « green » rentable est, selon les prises de position des responsables du secteur, celui du golf. Le MTPA (*Mauritius Tourism Promotion Authority*) et son charismatique directeur ont réussi à construire pour Maurice une image de destination qui reste, comme celle des Seychelles, axée globalement sur les déclinaisons turquoise des promesses du littoral. L'esquisse de l'évolution possible de cette image est aujourd'hui dessinée prioritairement à partir du potentiel culturel de l'île. Révélatrice de cette priorité, l'inscription au Patrimoine mondial du *Paysage du Morne* (Morne Brabant au sud de l'île) en 2008 a été présentée dans la catégorie des biens culturels et non pas dans celle des biens naturels, ni même sous une posture mixte.<sup>12</sup>
- 18 La seconde situation par rapport à un retournement spatial hypothétique de l'île pourrait être trouvée dans le cas de l'île Rodrigues dont le projet d'offre touristique tente de concilier le bleu et le vert. Périphérie de la métropole mauricienne qui continue à assurer sa communication touristique, l'île Rodrigues tente aujourd'hui de formuler elle-même son offre de destination en conjonction avec les moyens financiers délégués par sa métropole et avec l'appui logistique du MTPA. L'office du tourisme rodriguais financé pour partie par l'Assemblée régionale de l'île est attentif à construire une image touristique sur la valorisation de son littoral et des activités balnéaires qui lui sont associées, mais aussi à introduire dans son offre l'image d'un espace qui cherche à retrouver les richesses biogéographiques qui étaient les siennes avant l'arrivée des premiers occupants, au début du XVIII<sup>e</sup> siècle. La dimension environnementale est au

cœur de cette nouvelle réflexion, elle est visible dans les circuits de visite par l'incorporation des projets qui visent à recomposer une partie du paysage végétal et des ressources faunistiques originaires. À l'image des autres Mascareignes, Rodrigues a été très fortement anthropisée au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle par une exploitation agricole prédatrice qui s'est traduite par une importante déforestation et par la disparition complète de certaines espèces animales comme les tortues endémiques (*Cylindraspis*) ou le fameux Dodo. Le lancement officiel, en décembre 2009, du *Plan de développement durable et intégré de Rodrigues* (SIDPR<sup>13</sup>), incluant un volet important sur le tourisme durable, illustre ce désir de renouvellement stratégique qui permettrait d'étendre la spatialité touristique en direction de l'intérieur de l'île. La création en 2007, à l'est de Plaine Corail, de la *Réserve* (privée) *François Leguat* a permis une réintroduction des tortues<sup>14</sup> et de promouvoir la replantation des espèces végétales endémiques. Ce projet symbolise bien la préoccupation des autorités locales à réinventer la biodiversité et les paysages rodriguais sous les auspices du développement touristique.

- 19 La Réunion caractérise la troisième situation où le retournement spatial de l'île, du bleu au vert en termes d'activités touristiques, ne se résume pas à une simple déclaration de bonnes intentions. Pénalisée par un cadre législatif et administratif plus contraignant que celui de ses concurrentes régionales (Gay, 2009), ayant du mal à soutenir la comparaison avec les domaines balnéaires de Maurice et des Seychelles, La Réunion a longtemps hésité dans ses stratégies touristiques et dans les choix de valorisation des facettes de son espace touristique. Le corpus des visuels chargés d'assurer la communication promotionnelle de l'île en est un témoignage éloquent et son analyse constate l'impuissance de cet imagerie<sup>15</sup> à fixer durablement une image touristique pour cette destination. Cette constatation rejoint celle énoncée dans le document justificatif du projet Gerri<sup>16</sup> qui pointe pour La Réunion, sa difficulté à afficher un « positionnement de marketing territorial à dimension mondiale ». Plus simplement, l'absence préjudiciable d'une image de destination pour l'île rend plus que nécessaire l'ouverture d'une réflexion sur ce déficit. Depuis le début des années 2004, la conjonction d'un faisceau d'événements (crise du Chikungunya, grenelle de l'environnement et son prolongement réunionnais par le projet Gerri, Assises du tourisme, préparation et création du Parc National, projet et validation de l'inscription par l'UNESCO des « Pitons, cirques et remparts » de l'île au Patrimoine mondial) a conduit l'IRT (*Ile de La Réunion Tourisme*), l'institution régionale responsable du développement touristique, à restructurer son offre et à réfléchir sur les fondements d'une véritable image de marque pour l'île. Cette reformulation de la destination Réunion peine encore à intégrer les acquis des grands projets environnementaux qui ont mobilisé toutes les énergies locales au cours de ces trois dernières années. Ces dossiers ont mis en évidence la singularité du fonds paysager des Hauts de l'île ainsi que la grande richesse de son patrimoine biologique. La création du Parc National en 2007 et la reconnaissance, en 2010, de la valeur patrimoniale pour l'humanité des paysages de l'intérieur de l'île, constituent les signatures visibles de ce bilan. Dans un apport, non pas anecdotique, mais bien réel pour l'image touristique de La Réunion, l'internationalisation de la course annuelle de montagne, *la diagonale des fous*, a contribué également à la découverte et à la médiatisation des paysages qu'elle traverse, en particulier ceux des trois cirques. Au total, l'interaction de ces constats signale, en partie, le retournement spatial de l'île d'un point de vue touristique, mais surtout elle devrait inciter les responsables régionaux à fonder l'image de destination de La Réunion sur cette identité spatiale.

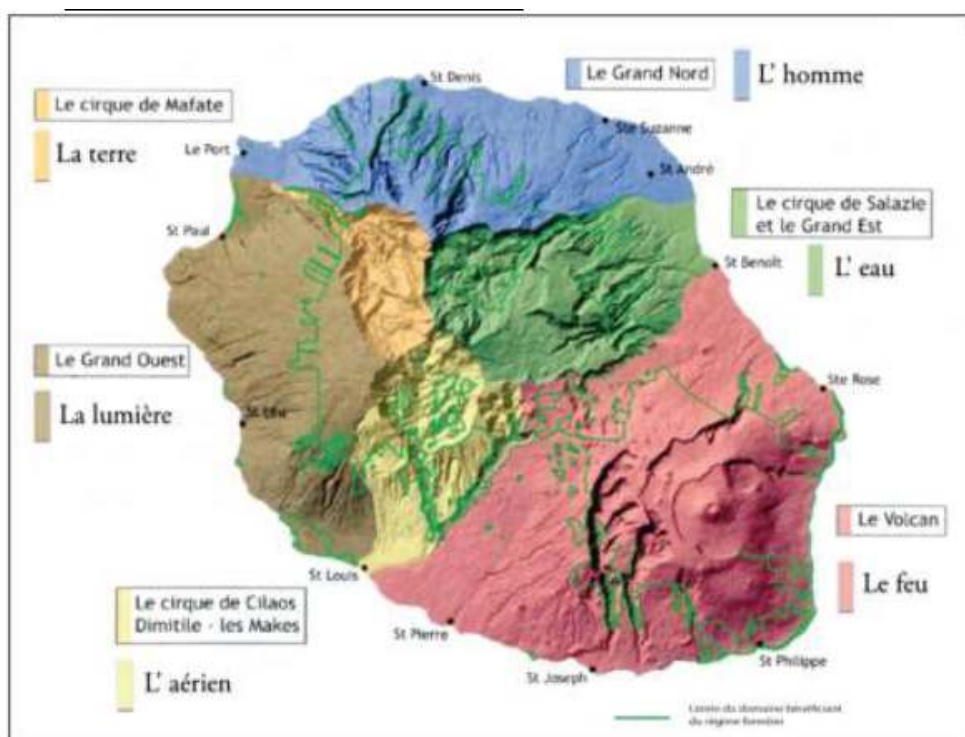
## L'île de la Réunion comme laboratoire du tourisme vert

- 20 L'introduction du paysage végétal dans la construction des images de destination, en étant perceptible dans la plupart des visuels touristiques des îles du sud-ouest de l'océan Indien, ne correspond pas forcément, comme nous venons de l'explicitier, à un retournement spatial de leurs activités touristiques. Dans tous les cas, et nous appuyant sur les principes du *circuit du visuel* présenté par O. Söderström (Söderström, 1999), nous pouvons confirmer que l'introduction du thème des paysages végétaux dans les offres touristiques actuelles se trouve matérialisée par de nombreux aménagements de l'espace. Ceux-ci existent dans l'ensemble des îles envisagées par cette intervention, mais c'est à La Réunion que les propositions d'aménagement ont été les plus originales. En présentant l'une d'entre elles, cette dernière partie rejoint très concrètement l'appel du colloque sur la « gestion comparée des paysages végétaux ».
- 21 Pour alléger notre propos, nous nous focaliserons principalement sur les *Schémas d'Interprétation et de Valorisation Ecotouristique* (SIVE) intégrés récemment à la mission du Parc National de La Réunion. Ce choix est justifié par la place accordée au paysage végétal dans ces schémas, par l'importance de l'image de territoire contenue dans leur formulation et par leur rattachement à la problématique de la gestion d'un patrimoine paysager dans le contexte d'un développement écotouristique insulaire. Nous avons déjà eu l'occasion de présenter l'origine et les principes de la conceptualisation des SIVE (Germanaz, 2008). Nous nous limiterons, ici, à la présentation de leurs caractéristiques essentielles. Dès le départ, il faut préciser que la gestation globale des SIVE a été initiée par M. Sicre à la suite d'une réflexion rétrospective et évaluative sur son expérience d'aménageur concernant l'un des sites touristiques les plus médiatisés de La Réunion, le Piton de la Fournaise. Si dans le contexte des politiques régionales ce bilan a été jugé très positif, pour les concepteurs initiaux, dont M. Sicre, le constat a été plus nuancé. En effet, cet aménagement programmé avait « naturellement » suivi le « chemin » du volcan, privilégiant une ligne de (Hauts) lieux distribués le long de cet itinéraire, souvent sans introduire beaucoup de lien entre eux et dans tous les cas en négligeant les deux tiers du massif volcanique. De fait, le visiteur ne retenait de son excursion au volcan que la réalité du Piton de la Fournaise et celle d'une collection de paysages ponctuant son accès. Également, les modalités d'aménagement des points de vue semblaient, selon ces critiques, avoir trouvé leurs limites. En effet, ils constataient l'usure fonctionnelle du classique et répétitif modèle d'aménagement organisé en un triptyque classique avec le stationnement avec sa poubelle, le belvédère pour ce « qu'il faut voir » et le panneau d'informations pour ce « qu'il faut savoir ». À l'absence d'une vision territoriale globale, à la réduction du sens paysager et à la profession d'une « leçon de choses », sont venus s'ajouter l'augmentation et la pression des flux de visiteurs sur ces lieux<sup>17</sup>, au risque de leur altération, ainsi qu'un manque de valorisation patrimoniale dans le contexte d'une volonté d'affirmation identitaire émergente et dans celui de l'apparition d'un tourisme soucieux du respect de l'environnement physique et humain de ses itinérances. Enfin, il faut signaler que la linéarisation de la mise en valeur touristique du volcan négligeait le rôle et l'impact du tourisme sur l'économie des sociétés locales. C'est donc sur ces éléments critiques, en concordance avec les grands projets institutionnels développés à La Réunion (*supra*) et en accordant une plus grande attention à l'évolution de la demande

sociale, que la maturation des SIVE a pu aboutir et leur programmation être intégrée à la mission du Parc National.

- 22 Les schémas d'interprétation et de valorisation écotouristique relèvent de partis pris qui mobilisent un inventaire sémantique très hétéroclite, articulé pour l'essentiel sur les discours du paradigme environnemental. Ainsi, *patrimoine, identité, authenticité, territoire, image*, se conjuguent-ils à *l'esprit du lieu*, à la *sensibilité des visiteurs*, aux *logiques de découverte*, aux *éléments de caractère*, à un *projet de territoire* pour instiller les ferments d'une nouvelle conceptualisation de l'aménagement touristique du patrimoine paysager réunionnais. Ces schémas sont réalisés dans l'esprit d'une véritable analyse spatiale en privilégiant une approche diatopique des territoires et en mettant au centre de leurs convictions la mise en scène du paysage. L'influence assumée des travaux anglo-saxons sur l'aménagement des Parcs Nationaux, en particulier ceux de Freeman Tilden (1957), fait du concept d'*interprétation* le maître mot de la démarche. Défendant une vision territoriale globale, les SIVE constituent un outil-cadre dont l'application ne peut être garantie que par la participation et la coopération des acteurs politiques, économiques, administratifs, associatifs ou individuels mobilisés par le schéma. Leur assise scientifique repose sur l'intégration des expertises réalisées ces dernières années pour argumenter les dossiers liés à la promotion des richesses du patrimoine environnemental de La Réunion. Avec la même cohérence, ils sont conçus en connexion avec les nombreux schémas ou programmes d'aménagement institués aux différentes échelles de l'espace administratif réunionnais. Une description sommaire de leur méthodologie permet de bien comprendre leur fonctionnement et les effets « boule de neige » qu'ils peuvent susciter.
- 23 Le point de départ méthodologique consiste à mener un inventaire des ressources naturelles et humaines des *territoires d'interprétation*. Ces territoires ont été délimités à partir des analyses développées pour la création du Parc National. Fondés sur la prise en compte des caractères géologiques, morphologiques et climatiques de La Réunion, sur ses « bassins de vie », sur ses « modes d'occupation du sol » et sur son « identité historique géographique », quatre « territoires de destination patrimoniale » ont été distingués pour servir de cadre à la valorisation « d'une solidarité écologique et sociale » (Robert, 2006) entre le cœur du Parc et les territoires d'adhésion. En s'inspirant de ce dispositif, les concepteurs des SIVE ont mis en évidence six *territoires d'interprétation*. Ils ont attaché à chacun un élément symbolique pour traduire la perception intuitive et première de leur ambiance paysagère générale (Figure 1). Le processus d'inventaire des ressources patrimoniales est donc développé à l'intérieur de chacun d'entre eux. Cette première démarche permet ensuite de définir, pour chaque territoire identifié, une *stratégie d'interprétation*. Celle-ci est conçue en associant les ressources inventoriées et leur potentiel d'interprétation, tout en tenant compte des enjeux qui lui sont attachés et des éléments de caractères qui expriment les identités paysagères du territoire d'interprétation.

Figure 1. Les territoires des SIVE



D'après le SIVE de Mafate, 2009, sous la direction de M. Sicre, ONF-Parc National de La Réunion, p.3

- 24 Après avoir appliqué cette mise en relation à toutes les grandes catégories<sup>18</sup> inventoriées dans chacun des territoires d'interprétation, un thème central est dégagé pour servir de fil conducteur thématique à l'écriture des différents scénarios de mise en scène et de valorisation patrimoniale attribués à chacune des *unités d'interprétation* distinguées au sein du territoire d'interprétation. Ainsi, pour le Sive de Mafate, le thème central retenu est celui qui met en exergue « la terre », à la fois comme support concret, puisque la mise en valeur du cirque repose sur cette ressource et que sa découverte ne peut s'effectuer qu'à pied, mais aussi « la terre » comme « racines » historiques et identitaires de son peuplement. Ce thème est ensuite décliné en fonction des éléments de caractères et des enjeux propres à chacune des unités d'interprétation qui structurent le territoire éponyme (Figure 2).



Figure 2. Déclinaison du thème central de Mafate, « ma terre, mes racines », aux quatre unités d'interprétation qui organisent la découverte et la valorisation écotouristique du territoire.



Source : Blaise, A., Sicre, M., 2008, SIVE du Cirque de Mafate, ONF-Parc National de La Réunion, p.115

- 25 La stratégie d'interprétation aboutit donc à fixer un thème central au territoire avec un message : dans le cas de Mafate, il s'agit de concilier tradition et modernité en respectant les aspirations de ses habitants, et surtout elle identifie des unités d'interprétation qui sont les socles de cette construction. La stratégie d'interprétation étant définie pour le territoire et les unités d'interprétation, il est alors possible de *structurer l'offre de découverte* écotouristique du territoire. Cette troisième étape se traduit par des aménagements qui peuvent prendre trois formes différentes, mais conjointement présentes au sein du territoire d'interprétation. La première réside dans la création d'une *Maison de territoire* comme lieu central d'accueil des visiteurs ; elle permet de les informer et de les sensibiliser aux potentiels de découverte patrimoniale du territoire ainsi que de leur présenter les différentes possibilités de visite offertes par l'interaction des unités d'interprétation. La seconde forme concerne les *îlots d'interprétation*. Étapes sur un cheminement d'interprétation, ils apparaissent comme des lieux patrimoniaux essentiels. Enfin, *les itinérances* rassemblent les itinéraires proposés aux visiteurs sous la forme de circuits de découverte, de sentiers d'interprétation, de sites à valeur écomuséale. En complément aux aménagements, la structuration de l'offre architecturée par le schéma d'interprétation passe par la création de « médiations vivantes » (sic) mobilisant les personnalités locales<sup>19</sup> qui proposent des visites scénarisées (ou non) de leurs lieux et de leurs modes de vie. Le principe d'interprétation au cœur du schéma repose sur des ressentis paysagers qui sont mis en scène pour « révéler » les potentialités patrimoniales des territoires. L'interprétation s'inscrit donc dans une démarche sensible et ludique faisant appel à la sensibilité des visiteurs, mais elle ne s'interdit pas d'avoir recours, par endroits, à l'explication didactique. L'ensemble des questionnements induits par l'offre de découverte trouve, dans un corpus diversifié de publications proposées sous des formats et des médias différents, des pistes de réponse et de réflexion permettant de combler les attentes des visiteurs énoncées en amont et en aval de la découverte. Rapidement résumée, la méthodologie des SIVE n'écarte pas une dernière étape aussi essentielle que

les précédentes qui est celle de l'évaluation de son offre, gage de sa pertinence et de sa pérennité.

Figure 3. le SIVE en résumé...



Source : D'après Schéma d'interprétation et de valorisation économique, 2007, Cahier 1-ONF

- 26 Outil, méthode et démarche (Figure 3), les schémas d'interprétation et de valorisation écotouristique ont une dimension géographique indéniable. Celle-ci se rencontre dans leur conception comme projet de territoire dont l'organisation spatiale se développe sur cinq niveaux d'échelle, depuis le territoire insulaire dans sa globalité jusqu'à un objet de récit qui peut être un arbre à la morphologie singulière, en passant par le territoire, les unités et les sites d'interprétation. Utilisée en permanence, la démarche diatopique tisse des réseaux d'espace qui relient par une thématique partagée et enrichie, des sites d'interprétation situés dans et en dehors de l'unité d'interprétation, voire à l'extérieur même du territoire d'interprétation. Ces réseaux de sites s'interpénètrent et se complètent mutuellement. Ils formalisent une trame d'interprétation qui recouvre la totalité de l'espace réunionnais ; trame dans laquelle chaque point trouve de multiples résonances avec les autres, conférant ainsi au scénario d'ensemble une propriété systémique qui démultiplie les potentialités de découverte et de mise en valeur écotouristiques. La réalisation des schémas d'interprétation génère également d'autres réseaux tout aussi complexes : des réseaux sociaux impliquant des intervenants de différents horizons, depuis les responsables politiques du niveau régional jusqu'aux habitants du niveau local, mais aussi des réseaux institutionnels (Figure 4), dont le SIVE intègre les principales programmations. La mobilisation d'un nombre important d'acteurs qui interviennent à des échelles très différentes pose la question de la bonne gouvernance du SIVE. Comment réunir dans une même synergie des administrations et des personnels habitués à travailler d'une manière encore trop souvent cloisonnée que ce soit au niveau intra ou inter-administratif ? La question d'une telle gouvernance est d'ailleurs celle qui est apparue comme la plus complexe et la plus indispensable dans le plan de relance du tourisme réunionnais, présenté lors des Assises du tourisme tenues en septembre 2009. Plus directement reliés à l'appel du colloque, les SIVES constituent une réponse expérimentale aux problématiques de gestion et de mise en valeur des patrimoines paysagers et biogéographiques des petits espaces insulaires, en apportant également un matériel très original aux concepteurs des images de destination.



Figure 4. le SIVE, comme outil de connexion



- 27 Il existe, aujourd'hui, trois schémas d'interprétation : le premier sur le Massif de la Fournaise, le second sur le Cirque de Mafate et le dernier sur le territoire Est-Salazie. Celui sur le volcan est en cours de concrétisation ; sa programmation financière et logistique a été votée par les instances régionales et son application a débuté depuis janvier 2011. Les deux autres sont mis en réserve dans l'attente de la promulgation de la Charte du Parc National, mais, dans l'immédiat, ils constituent les référents et les liants des différentes initiatives touristiques émises par les collectivités locales. La réalisation des schémas restants (Grand Nord, Grand Ouest, Cirque de Cilaos-Dimitile-Makes) devrait être conduite dans un avenir assez proche pour soutenir l'unité et la cohérence de ce grand projet de territoire touristique pour La Réunion.
- 28 Avec la gestation des SIVE et le constat de l'introduction du paysage végétal comme nouvelle « attraction » touristique, nous touchons à l'une des grandes préoccupations du moment partagées par de nombreuses destinations insulaires : *comment et par quelles stratégies, assurer sa visibilité sur un marché international surabondant? Qu'elle soit image touristique ou plus largement image d'un lieu ou d'un territoire, la représentation de l'espace est donc bien devenue, aujourd'hui, un enjeu géopolitique et économique majeur qui interpelle directement la géographie.*

---

## BIBLIOGRAPHIE

Alvergne, Ch., P. Musso, 2009, *L'aménagement du territoire en images*, Paris, La documentation française, 235 p.

- Berque, A., J. N. Entrikin; J. Lévy et M. Lussault, 2003, «Lieu», in Lévy, J. et Lussault, M., *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, p. 555-563.
- Blais, A. et M. Sicre, 2008, *Schéma d'Interprétation et de Valorisation Écotouristique : Cirque de Salazie*, Saint-Denis, ONF - Direction régionale de La Réunion, 228 p.
- Bachimon, Ph., 1990, *Tahiti : entre mythes et réalités : essai d'histoire géographique*, Paris, C.T.H.S., 390 p. Coll. Mémoires de la Section de Géographie, 16.
- Cazes-Duvat, V., 1998, *Les littoraux des îles Seychelles (Mahé, Praslin, La Digue, Desroches) : de l'étude des processus dynamiques à la gestion des côtes sédimentaires*, Thèse de doctorat de géographie, Université de La Réunion, 362 p.
- Donadieu, P., 2007, « Du pittoresque au durable. Les natures touristiques du paysage », *ESPACES Tourisme & Loisirs*, 254, pp. 16-23.
- ESPACES Tourisme & Loisirs, 2007, *Communication touristique (1<sup>re</sup> partie). Identité & marque de destination*, 245, 58 p.
- Frustier, P., 2009, *La communication touristique des territoires*, Voiron, Territorial, 180 p, Coll. Dossiers d'experts.
- Tilden, F., 1977, *Interpreting our heritage*, 3<sup>e</sup> éd, Chapel Hill, University of North Carolina Press, 119 p.
- Gay, J-Ch., 2004, « Tourisme, politique et développement aux Seychelles », *Tiers-Monde*, 178, pp. 319-339.
- Gay, J-Ch., 2009, *Les cocotiers de la France. Tourismes en outre-mer*, Paris, Belin, 135 p. Coll. Belin Sup.
- Germanaz, Ch., 2008, « Les territoires touristiques de l'île de La Réunion. Approche conceptuelle et parcours iconographique », dans les 6<sup>e</sup> *Rencontres de Mâcon : Tourismes et territoires*, Mâcon, IRVM, [En ligne], URL : <http://www.recherche-maconnais.org/Germanaz.pdf>
- Germanaz, Ch., 2009, L'image du Piton de la Fournaise dans les stratégies touristiques de La Réunion, dans Bertrand, D., et al., *Villes et volcans*, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal, pp. 45-70, Coll. Volcaniques.
- Govers, R., F.M. GO, K. Kumar, 2007, « Virtual Destination Image. A New Measurement Approach », *Annals of Tourism Research*, octobre 2007, 34, 4, pp. 977-997.
- Griselin, M., S. Ormaux, J.-C. Wieber, 2006, « Autour du paysage », *Encyclopédie en ligne Hypergéô*, [En ligne]: URL : <http://www.hypergeo.eu/spip.php?article290>. (Consulté le 18 juin 2007).
- Jenner, E, 2005, *Greenwashing : Visual Communication and Political Influence in Environmental Policy*, Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in The Manship School of Mass Communication, Louisiana State University, 404 p.
- Larceneux, F., F. Benoît-Moreau et B. Parguel, 2008, «Comment prévenir le greenwashing? L'influence des éléments d'exécution publicitaire», *Cahier de recherches DMSP*, n° 379. [En ligne], URL : <http://basepub.dauphine.fr/bitstream/handle/123456789/2334/CR379-BenoitMoreauParguelLarceneux.pdf?sequence=1>, Consulté le 17 mai 2010.
- Lussault, M., 2003, « L'espace avec les images », dans Debarbieux, B., Lardon, S., *Les figures du projet territorial*, La Tour d'Aigues, Ed. de l'Aube, pp. 39-59, Coll. Monde en cours - Bibliothèque des territoires.
- Pike, S., 2002, « Destination image analysis-a review of 142 papers from 1973 to 2000 », *Tourism Management*, October 2002, 23, 5, pp. 541-549.

Robert, R., 2006, «Les destinations du Parc Naturel», dans Mission de création du Parc National de La Réunion, *Dossier d'enquête publique, Cahier 5. État des lieux et du patrimoine*, Saint-Denis, Mission du Parc National, pp. 60-61.

Ryan, Ch. Et J. Cave, 2005, « Structuring Destination Image: A Qualitative Approach », *Journal of Travel Research*, 44, 2, pp. 143-150.

Sicre, M., 2007, *Schéma d'Interprétation et de Valorisation Écotouristique : Massif de la Fournaise, le volcan, cœur du monde, cœur des hommes*, Saint-Denis, ONF - Direction régionale de La Réunion, 2 vol., 148 + 381 p.

Sicre, M. (Dir.), 2008, *Schéma d'Interprétation et de Valorisation Écotouristique : Mafate, ma terre, mes racines*, Saint-Denis, ONF - Direction régionale de La Réunion, 228 p.

Söderström, O., 1999, « Les géographes et le visuel : de l'iconophilie à une expertise des images », in Chivallon, C. ; Ragouet, P. ; Samers, M., *Discours scientifiques et contextes culturels. Géographies françaises et britanniques à l'épreuve postmoderne*, Talence, MSHA (Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine), pp. 253-270.

Tasci, A. D. A et M. Kozak, 2006, « Destination brands vs destination images : Do we know what we mean ? », *Journal of Vacation Marketing*, 12, 4, pp. 299-317.

## NOTES

1. Les publications de ces deux derniers chercheurs ont porté plus particulièrement sur le concept de *haut lieu* (Debarbieux, 1995, 2003 ; Bédard 2002).
2. Nous n'aborderons pas ici la question fondamentale de l'échelle du lieu qui conditionne son identité topographique et géométrique, le texte cité de M. Lussault en formule une réponse très stimulante.
3. La seconde partie de notre communication se fonde sur ce parti pris.
4. Mis en caractères gras par nous.
5. Le terme Greenwashing « désigne toute communication insistant sur les vertus écologiques d'une entreprise, d'un produit, d'une pratique bien que cela ne coïncide pas [forcément] avec la réalité » (source : [http://www.eco-sapiens.com/dossier-110-Greenwashing--Greenwashers--c\\_est-quoi\\_.html](http://www.eco-sapiens.com/dossier-110-Greenwashing--Greenwashers--c_est-quoi_.html)). Sa traduction française varie « d'écoblanchiment » à l'antilogie « blanchiment vert ».
6. Rappel pour éviter toute ambiguïté avec les images de lieu, il s'agit ici de **l'image de marque** d'une destination.
7. Par exemple pour les Seychelles, les revenus du tourisme en 2009 (164 Millions de \$ US) correspondent à 70% de l'entrée des devises et à 30 % de l'emploi (Source : The World FactBook 2010). Si pour La Réunion et Maurice, ce secteur n'a pas la même importance économique, il reste considéré comme prioritaire par les responsables politiques des deux îles.
8. Nous n'avons pas de données récentes depuis les travaux de V. Cazes-Duvat (1998), mais les chiffres avancés restent encore d'actualité et nous pouvons estimer que plus de 80 % des visiteurs restent toujours concentrés sur les fleurons du littoral seychellois.
9. Lors de plusieurs passages à Maurice, Rodrigues, aux Seychelles et à La Réunion, nous avons parcouru les nouveaux circuits verts mis en valeur par les nouvelles stratégies touristiques de ces îles et, sans esprit de polémique, il faut reconnaître que nous avons été surpris par l'importance des déchets présents sur les sites. Si les lacunes de l'éducation à l'environnement peuvent être invoquées pour expliquer les comportements individuels, l'absence de collecte des déchets ou

son irrégularité de la part de l'administration est bien plus surprenante pour des îles qui communiquent en permanence sur leur bonne gestion environnementale.

10. Cet engouement pour la formule est attesté par les nombreuses offres disponibles (*Anahita, La Balise Marina, Villas Valriche, domaine de Bel Ombre*) à Maurice aussi bien qu'aux Seychelles. Ces offres ont souvent comme origine le même groupe international (cf. le *Palm Golding Properties*).

11. Voir l'indice d'attractivité des plages mis au point pour les Seychelles par Virginie Cazes-Duvat (1998).

12. Là aussi, une certaine prudence s'impose dans notre propos puisque la dernière campagne touristique du PTPA (2010-2011) met un accent particulier sur l'existence et le développement des circuits de randonnée à l'intérieur de l'île.

13. [http://www.gov.mu/portal/sites/rra\\_portal/chiefcomm/sidpr.htm](http://www.gov.mu/portal/sites/rra_portal/chiefcomm/sidpr.htm).

14. Il s'agit de spécimens en provenance d'Aldabra (Seychelles), ces tortues géantes (*Dipsochelys elephantina*) sont les plus proches de celles qui peuplaient initialement l'île dont on estime le nombre à 300 000 individus, au début du XVIII<sup>e</sup> siècle.

15. D'après D. Mendibil (1997) : « sélection et classement des images devant prendre place à l'intérieur d'un livre » par extension nous pouvons appliquer ce terme aux visuels promotionnels du tourisme.

16. Grenelle de l'Environnement à la Réunion - Réussir l'Innovation, lancée le 25 octobre 2007 ([www.gerri.fr](http://www.gerri.fr)).

17. Si les comptages restent difficiles à mettre en place, on estime les flux de visiteurs du volcan entre 8 à 10 000 personnes par an au milieu des années 1970 pour un flot actuel de plus de 400 000 personnes (estimation basse projetée sur le comptage effectué en 2002 par l'ONF dont le chiffre était de 355 300 entrées sur le domaine du volcan, automobilistes et randonneurs confondus).

18. Ambiances, paysages, géologie, hydrologie, climatologie, milieux « naturels », peuplement, aménagements du territoire, patrimoine culturel et savoir-faire, activités rurales et vie économique...

19. Cette mobilisation ne se limite pas aux personnalités locales, elle peut intégrer des personnes ressources du Parc National où originaires d'horizons plus variés.

---

## RÉSUMÉS

L'objectif de cette communication est d'analyser les modalités de l'introduction du paysage végétal dans les images de destination à l'usage des espaces insulaires tropicaux. À partir des exemples de communications et d'aménagements réalisés aux Seychelles, à Maurice et à La Réunion, nous proposons une réflexion sur l'intérêt et les conséquences qu'implique l'investissement du paysage « vert » pour les économies insulaires dont le développement fait une part importante à l'activité touristique. Quels enseignements, les expériences indiano-céaniques peuvent-elles apporter au contexte de la Caraïbe et des Guyanes et réciproquement?

While subscribing to the commonly recognized premise that the destination image is fundamental to ensure the visibility and perennity of a territory to be promoted as a tourist destination, the main focus of this paper is to analyze the different modes of introducing the vegetal landscape in destination images for use in tropical island spaces. Using examples of communications and development schemes that were implemented in the Seychelles, Mauritius

and Reunion island this paper is an opportunity to reflect upon the interest and outcome of investing in "green" landscape for island economies which are heavily dependent on tourism. What mutually beneficial new perspectives can this indiano oceanic experience open in the caribbean and the guyanas?

## INDEX

**Mots-clés** : image de destination, paysage biogéographique, aménagement, écotourisme, océan Indien

**Keywords** : destination image, biogeographical landscape, spatial development, ecotourism, indian Ocean

## AUTEURS

### CHRISTIAN GERMANAZ

MCF, Département de géographie, CREGUR, Université de La Réunion, 15 Av. René Cassin – Sainte Clotilde, 97 400 Saint Denis de La Réunion, Courriel : [germanaz@univ-reunion.fr](mailto:germanaz@univ-reunion.fr)

### MICHEL SICRE

Chargé de mission à l'interprétation, Parc National de La Réunion, 112 rue de Sainte Marie, 97 400 Saint Denis de La Réunion, Courriel : [michel.sicre@reunion-parcnational.fr](mailto:michel.sicre@reunion-parcnational.fr)