

LE TOURISME EN ISLANDE

**L'APPORT DU TOURISME À L'ÉCONOMIE ISLANDAISE,
OU LE CHOIX CORNÉLIEN ENTRE UN TOURISME DE MASSE ET
UN TOURISME RESPONSABLE.**



Karima BENDJABER / Matthieu LACROIX

«Le tourisme est l'industrie qui consiste à transporter des gens qui seraient mieux chez eux, dans des endroits qui seraient mieux sans eux.»

Jean Mistler

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	4
CARTE D'IDENTITÉ.....	5
PARTIE 1, L'ISLANDE SURFE SUR LA VAGUE DU TOURISME...6	
I. UN BOOM TOURISTIQUE SANS PRÉCÉDENT	
II. UNE ÉCONOMIE LE VENT EN POUPE	
III. LE TOURISME, APPORTS ET DÉFIS	
IV. DIFFICILE ÉQUILIBRE ENTRE TOURISME ET ENVIRONNEMENT	
PARTIE 2, VERS LE DÉVELOPPEMENT D'UN AUTRE TYPE DE TOURISME.....16	
I. L'ISLANDE EST-ELLE VICTIME DE SON SUCCÈS?	
II. PROMOTION DU TOURISME RESPONSABLE	
PARTIE 3, COVID-19, TOURISME ET ÉCONOMIE.....22	
I. COVID-19 ET TOURISME, UNE MAUVAISE COMBINAISON	
CONCLUSION.....26	
NOTES DE BAS DE PAGE.....27	
SOURCES.....28	

INTRODUCTION

2010 Le monde sort tout juste de la grande crise financière de 2008. L'Islande est un petit pays auquel personne ne prête beaucoup d'attention, relativement préservé d'une masse de touristes. Mais ça, c'était avant. Avant qu'en l'espace de 6 ans le nombre de touristes ait quadruplé, passant de 489 000 personnes en 2010 à 2 343 000 en 2018... Après la crise financière de 2008, un plan de relance économique fut mis en place : le développement du tourisme faisait partie de cette relance.

Un boom touristique en l'espace de deux ans.

2010, c'est aussi l'année de l'éruption du volcan islandais au nom imprononçable «Eyjafjallajökull», qui a paralysé une partie du trafic aérien mondial pendant plusieurs semaines¹. Cet événement naturel a placé l'Islande sous les projecteurs du monde entier, révélant au monde son côté «*île aux merveilles naturelles*». Une proximité qui a attiré l'industrie du tourisme².

En plus de l'événement de 2010, d'autres se rajoutent à la longue liste des raisons qui ont fait de cette île une nouvelle destination tendance : lieux de tournages (Interstellar en 2014, Game of Thrones en 2016), ou encore l'Euro 2016. Toute une industrie.

En 2012, EasyJet et Norwegian Air Shuttle annoncent le lancement de nouvelles routes vers l'Islande. C'est aussi l'année où Wow Air débute ses liaisons vers l'Europe continentale. Avec Wow Air, une compagnie low cost, l'Islande est desservie par de nombreuses compagnies rendant l'Islande accessible à tous pour de modiques sommes. Mais après plusieurs millions de passagers transportés en 8 ans, Wow Air met la clé sous la porte en 2019, entraînant le début de la fin du boom touristique islandais.

Mais quel est l'apport du tourisme à l'économie islandaise? Rapidement dévolue à la cause touristique, l'Islande n'est-elle pas en train d'être victime de son succès? Doit-elle privilégier un tourisme de masse ou plutôt un tourisme responsable et élitaire? Autant de questions qui seront abordées dans ce dossier.

Note : un site internet a été créé spécialement pour compléter ce dossier de manière interactive. Certaines informations seront exclusives au site internet, et vice-versa. Les graphiques sont disponibles de manières interactives sur le site. Tous les graphiques, textes, logo sont de notre réalisation, sauf mention contraire. Les images sont issues de wikimedia, libres de droits pour être utilisable sur le site internet. Les données sont en libres accès et officielles.

CARTE D'IDENTITÉ DE L'ISLANDE

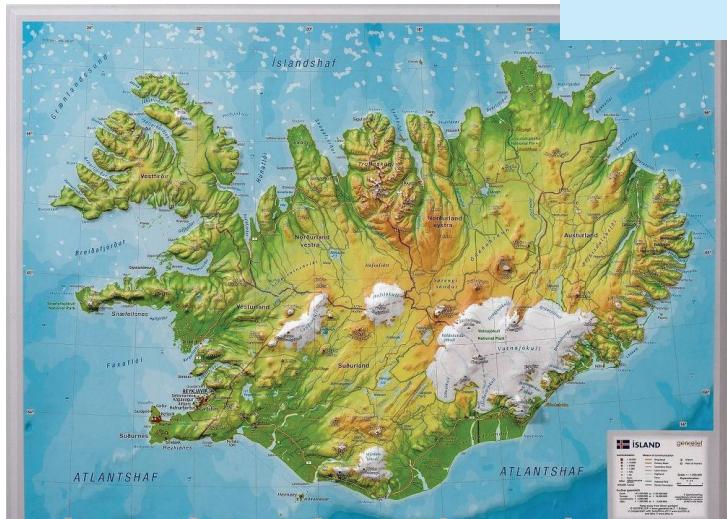
L'Islande est un petit pays : sa superficie est de 102 775 kilomètres carrés. À titre de comparaison, c'est six fois moins que la France métropolitaine. Sa population est d'environ 364 134 habitants en janvier 2020, et sa densité de seulement 4 habitants par kilomètre carré. Par comparaison, l'aire urbaine d'Avignon comporte plus de 500 000 habitants, sur un territoire beaucoup plus réduit. Au vu de ces chiffres, le constat est rapidement fait que la quasi-totalité des terres ne sont pas urbanisées en dehors de la capitale, Reykjavik.

Carte des régions administratives de l'Islande

Benjaber/
Lacroix, 2020



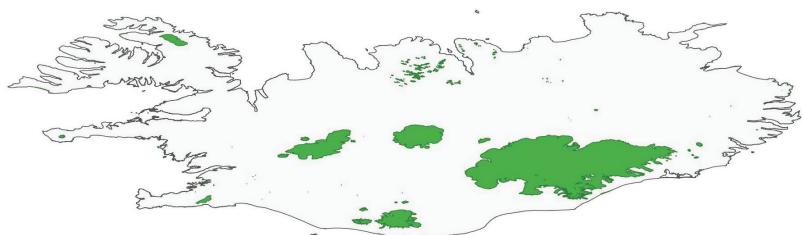
Carte physique de l'Islande



Benjaber/
Lacroix, 2020

librairie du voyage.com

Carte des parcs naturels de l'Islande



Cette île volcanique est située à la jonction entre la plaque eurasiatique et la plaque nord-américaine. Les paysages qui en découlent, de feu et de glace, connaissent un succès sans précédent pour ce petit pays.

PARTIE 1

L'ISLANDE SURFE SUR LA VAGUE DU TOURISME.



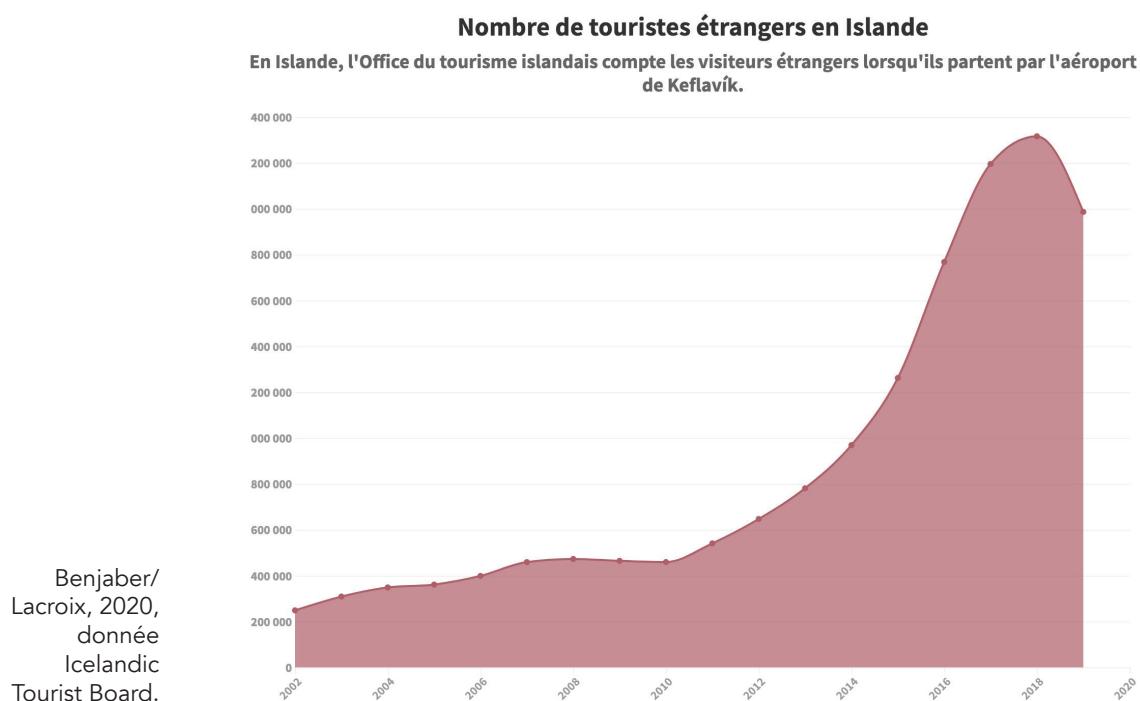
L'Islande, île battue par les vents, a vu un flot de touristes étrangers envahir son territoire, pour les bienfaits de l'économie post-2008, mais en dépit de l'environnement, première raison de venue des visiteurs.

I. UN BOOM TOURISTIQUE SANS PRÉCÉDENT

A. DES CHIFFRES

Le boom touristique islandais est le mix de plusieurs combinaisons de l'après-crise économique mondiale de 2008. En 2010, c'est l'éruption du volcan islandais au nom imprononçable «Eyjafjallajökull» qui attira l'attention en premier sur ce morceau de caillou posé entre deux continents. Et c'est bien tombé, car l'office du tourisme islandaise préparait un plan de relance du tourisme pour éviter la banqueroute du pays.

Destination nature par excellence, celle-ci va connaître une explosion du nombre de touristes étrangers dans le pays. En 2010, ce sont environ 459 000 visiteurs qui viennent explorer l'Islande. En 2015, ce chiffre a quasi triplé avec 1,262 millions de touristes. En 2018, au plus fort de cette expansion, 2 316 000 personnes sont venues visiter l'Islande, soit 5 fois plus que la population nationale (qui est d'environ 360 000 habitants).



Comme le montre le graphique ci-dessus, le nombre de touristes a véritablement commencé à augmenter après 2010. Entre 2014 et 2016, cette augmentation s'accéléra encore, avec une quasi-multiplication par deux du nombre de visiteurs entre cette même période. Durant la crise de 2008 et les années qui précédèrent, le nombre de touristes restait stable et/ou n'augmentait que très peu. Depuis 2019, la tendance est à la baisse. Tendance qui se confirmera un peu plus due à la crise actuelle.

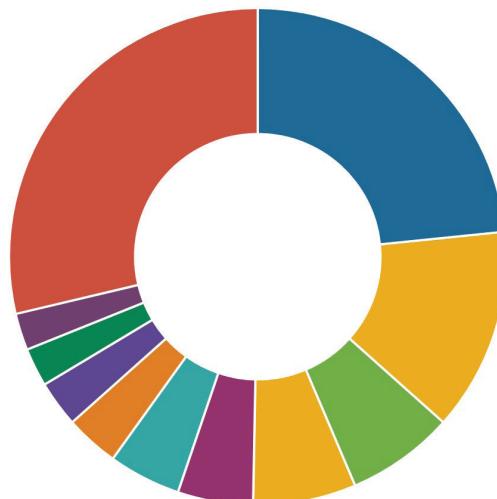
B. UN ÉVENTAIL DE NATIONALITÉ

En 2019, 23,4% des touristes étaient des Américains, suivis par les Allemands avec 13,2%. Que signifient ces chiffres ? Dans un premier temps, les États-Unis sont à seulement 5h50 de vol (New York/Reykjavik), ce qui en fait une destination de choix pour un dépaysement total. La capitale de l'Islande, Reykjavik, et le reste du pays est d'ailleurs surnommée « Disneyland »³ due à son nombre de touristes supérieur à la population locale et au non-respect du savoir-vivre par ces derniers, notamment américains.

Touristes étrangers par provenance, 2019

En pourcentage de touristes parmi les 10 principaux pays de provenance.

USA Allemagne Chine France Pologne Canada Espagne Danemark
Italie Autres

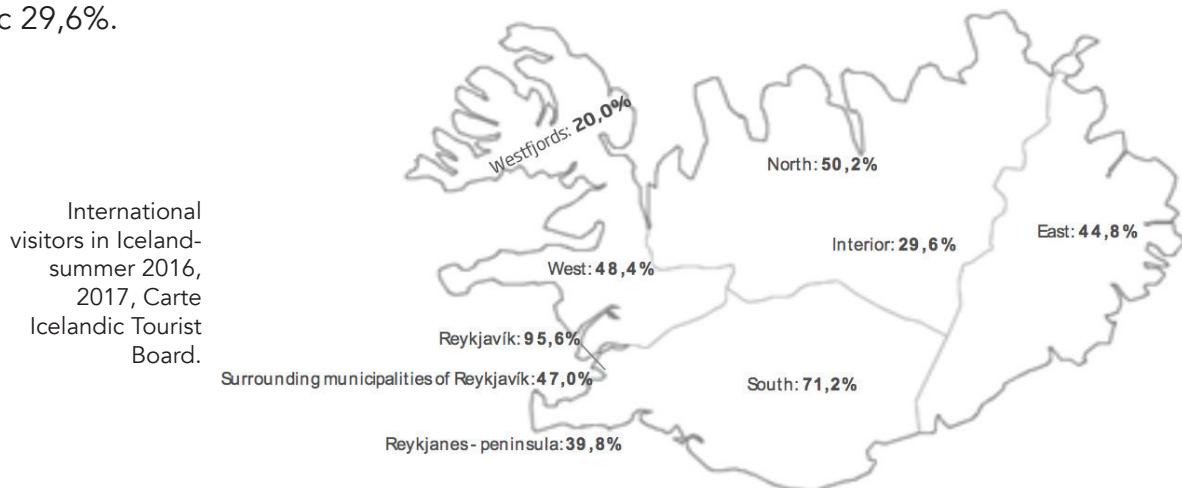


Benjaber/
Lacroix, 2020,
donnée
Icelandic
Tourist Board.

Un autre moyen de se rendre compte de l'augmentation du nombre de touristes en Islande est de regarder des images « avant » et « après » boum touristique.

C. DES RÉGIONS PLUS FRÉQUENTÉES QUE D'AUTRES

En Islande, comme dans beaucoup de pays, il y a des régions plus fréquentées que d'autres. En 2016, une enquête menée par l'« Icelandic Tourist Board » permet, par région, d'avoir un aperçu des lieux attirant les touristes. En premier se retrouve évidemment la capitale du pays, avec 95,6% de visites, suivie par la région sud avec 71,2%. Les régions les moins visitées sont les Fjords de l'ouest avec 20% et l'intérieur des terres avec 29,6%.



D. CHANGEMENT DE FRÉQUENTATION D'UN LIEU TOURISTIQUE : GULLFOSS

Comme il peut-être vu sur les deux photographies page suivante, prises respectivement en 2008 et 2018, la fréquentation du même lieu est totalement différente.

Il est constaté une augmentation certaine du nombre de personnes, mais aussi une amélioration des équipements de sécurité. Bien que prendre deux photographies et les comparer peut sembler aléatoire, elles permettent, avec d'autres éléments comme des graphiques (précédemment et qui suivent) de comprendre de manière visuelle les changements de fréquentation d'un lieu.



Cascades de Gullfoss, 2008-2018, Wikimedia CC.

E. CHANGEMENT DE FRÉQUENTATION D'UN LIEU TOURISTIQUE : SKÓGAFOSS



Autre lieu, autre exemple. Cette cascade, très connue et très fréquentée en Islande, va permettre une analyse encore un peu plus poussée. Les deux images qui suivent ont été prises à 9 ans d'intervalle. Il peut-être noté une forte augmentation, d'après ces images, du nombre de touristes en ce lieu. Pour appuyer ces propos, analysons les chiffres d'un peu plus près.

Cascades de Skógafoss, 2008, Wikimedia CC.

En 2008, 147 000 visiteurs foulait les sentiers de Skogafoss. En 2016, ils étaient plus de 700 000, dépassant de loin les capacités de la zone à contenir le flux de visiteurs⁴. Un constat sans appel.

Cascades de Skógafoss, 2017, Wikimedia CC.

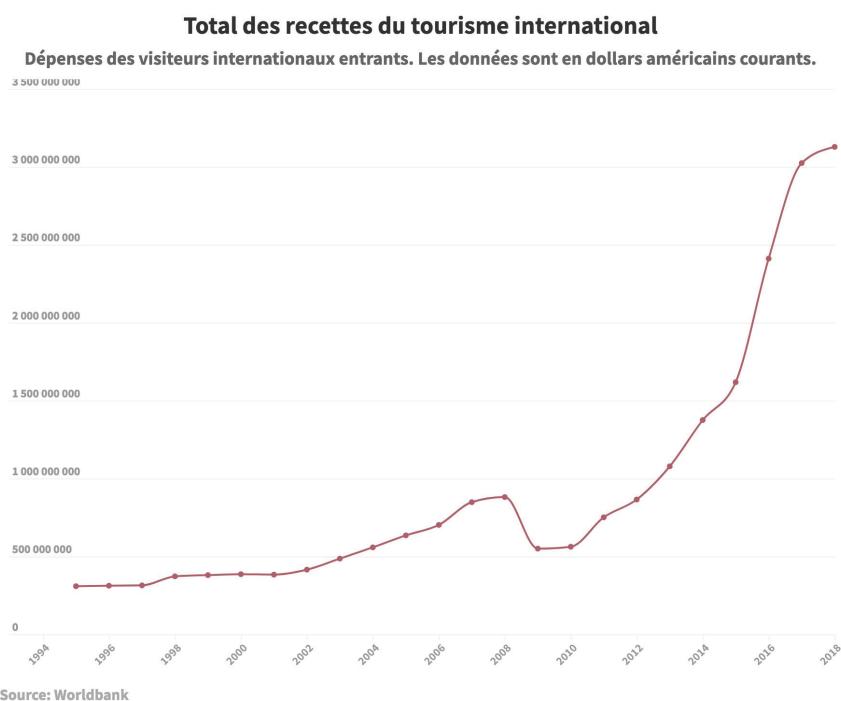


Le type de tourisme en Islande est actuellement celui de masse : individualisé, fondé sur l'accès au plus grand nombre du tourisme via des compagnies low-cost et des coûts marginaux, standardisé ou personnalisé, ne s'occupant que très peu de la culture locale et de l'environnement.

II. UNE ÉCONOMIE LE VENT EN POUPE

Sans aucune surprise, l'afflux de touristes fut une aubaine pour l'économie du pays, au bord de la banqueroute après le Krach de 2008 et l'éruption de 2010.

A. LA FINANCE



Les recettes du tourisme en Islande vont bon train : après une chute durant la période 2008-2010, les recettes repartirent de plus belles, passant de 865 M\$ en 2012 à plus de 3Md\$ en 2017. Cette augmentation permit au pays de financer de nombreuses infrastructures et ainsi de renforcer son économie. Cette hausse va de corrélation avec l'augmentation du nombre de touristes.



à titre de comparaison, est de 3,9% en 2017.

Mais il faut citer une autre raison pour laquelle le tourisme en Islande a fait un boom en quelques années. Elle n'est pas des moindres, puisqu'il s'agit de l'essor des compagnies low-cost durant cette même période de temps. Celles-ci favorisent l'accès à cette destination

Chacun de ces graphiques représente l'apport du tourisme à l'économie. Dans le premier (ci-contre à gauche), la part du tourisme dans la création de richesse à l'export est visible. Celui-ci représente, toujours en 2017, plus de 26,7% du montant total de production des richesses, dépassant la pêche et la production d'aluminium. La participation directe du tourisme au PIB s'élève à 8,6% de celui-ci (graphique ci-dessous). La moyenne européenne,



à des prix permettant à une grande majorité de personnes de faire le voyage. Si une seule compagnie devait être citée, Wow Air sera l'élue. En effet, cette dernière, qui débute ses activités en 2012 et permit à plusieurs millions de voyageurs de découvrir la terre de glace. En 2018, l'année précédant sa liquidation, Wow Air contribuait au transport du tiers des voyageurs dans le pays.⁵ C'est en 2019, pour la première fois depuis la crise de 2008, que l'Islande connaît sa première récession, pénalisée par la faillite de Wow Air. Avantage et inconvénient des petites économies, une seule entreprise peut faire bondir le PIB ou au contraire entraîner le pays vers le fond.

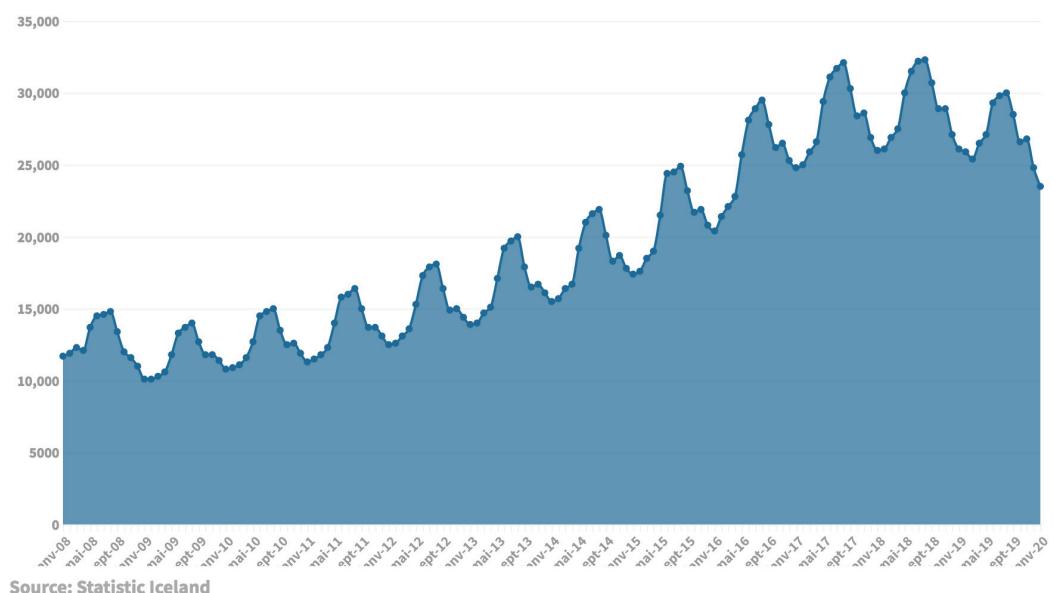
III. LE TOURISME, APPORTS ET DÉFIS

Cette hausse du tourisme a forcément des répercussions plus ou moins importantes sur la société et le marché de l'emploi.

A. LE MARCHÉ DU TOURISME

Nombre d'employés dans le secteur du tourisme en Islande

Tout type confondu

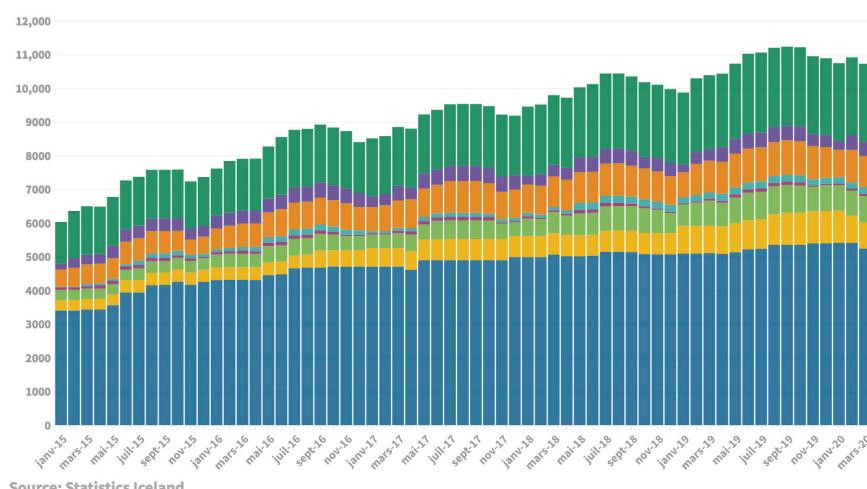


Benjaber/
Lacroix, 2020,
donnée Statistic
Iceland.

Comme il est vu sur le graphique ci-dessus, le nombre d'emplois est en constante hausse depuis 2010, avec une baisse en fin 2019, dû notamment à la faillite de Wow Air. Le cycle saisonnier est bien marqué, avec une haute saison en été et une basse saison en hiver.

Nombre de chambre d'hôtel par région entre 2015 et 2020

■ Capital region ■ Southwest ■ West ■ Westfjords ■ North west ■ North east ■ East ■ South

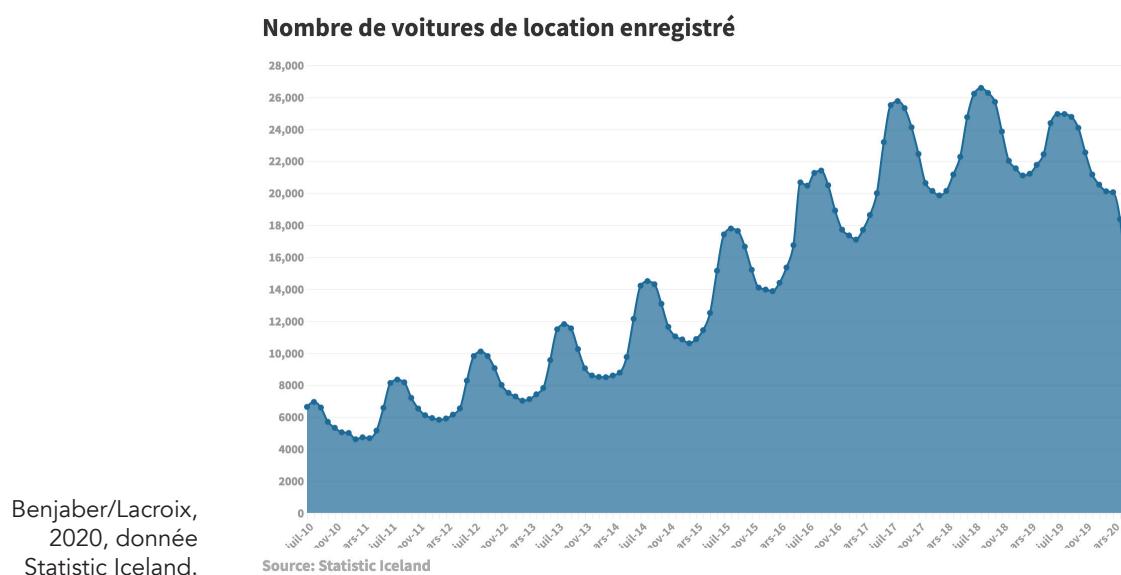


Benjaber/Lacroix,
2020, donnée
Statistic Iceland.



Cette hausse du nombre d'employés et du tourisme entraîne donc forcément une hausse du nombre de chambres d'hôtel/camping, comme il peut-être constaté sur les deux graphiques suivants.

Le nombre de chambres d'hôtel par région est elle aussi en légère augmentation sur la période, avec les mêmes cycles saisonniers qui sont observés avec le nombre d'employés. Le nombre d'hôtel et de camping s'est stabilisé avec une hausse entre 2009 et 2015.



Un autre indicateur est celui du nombre de voitures de location immatriculé en Islande.

Entre 2014 et 2018, le nombre de voitures sur les routes a fortement augmenté (là encore, les cycles saisonniers sont notables). Au plus fort de la courbe, en août 2018, 26 575 voitures de location étaient immatriculées en Islande. Autant de voitures qui se retrouveront sur (petit) réseau routier goudronné (à 30%) islandais qui fait 15 350 km⁶.

B. LES DÉFIS QU'ENTRAÎNE LE TOURISME DE MASSE

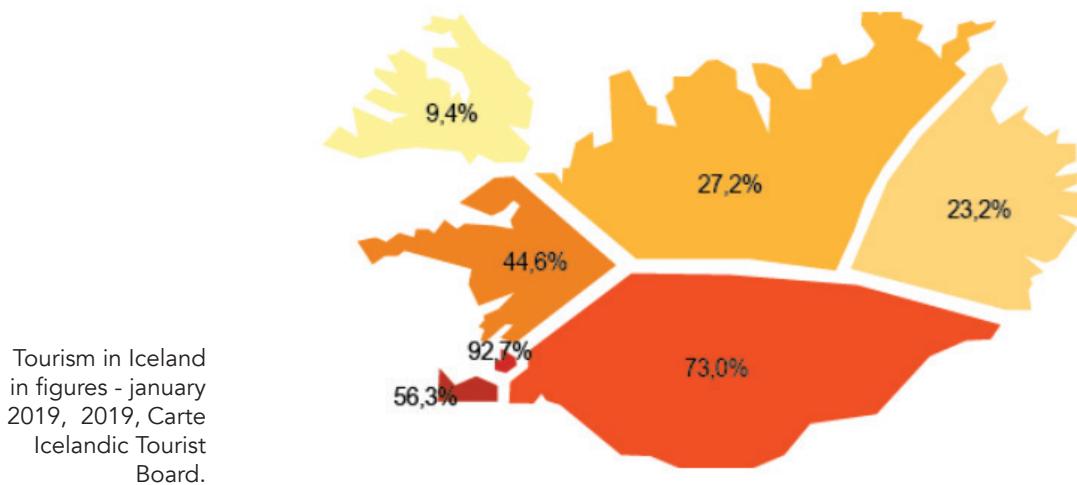
Avec l'afflux massif de touristes dans un pays aussi petit et avec aussi peu de personnes, de nombreux défis et problèmes se posent. Les infrastructures routières ne parviennent pas à suivre, les hôtels saturent, les Airbnb ont fait exploser les prix des loyers dans la capitale et les prix des produits explosent. Encore plus, les infrastructures touristiques manquent, telles que les toilettes, parkings et panneaux de signalisation. Ce manque de panneau entraîne des comportements irrespectueux

et dangereux pour l'environnement et les personnes elles-mêmes. Pour fini, l'aéroport de Reykjavik est saturé, et doit être réaménagé s'il veut continuer à recevoir autant de personnes.

C. APPORTS DES INDICATEURS ÉCONOMIQUE EN GÉOGRAPHIE

Après avoir étudié ces indicateurs, la question qui se pose est la suivante : quel est l'intérêt d'utiliser tous ces indicateurs économiques ? Quels sont leurs effets géographiques ?

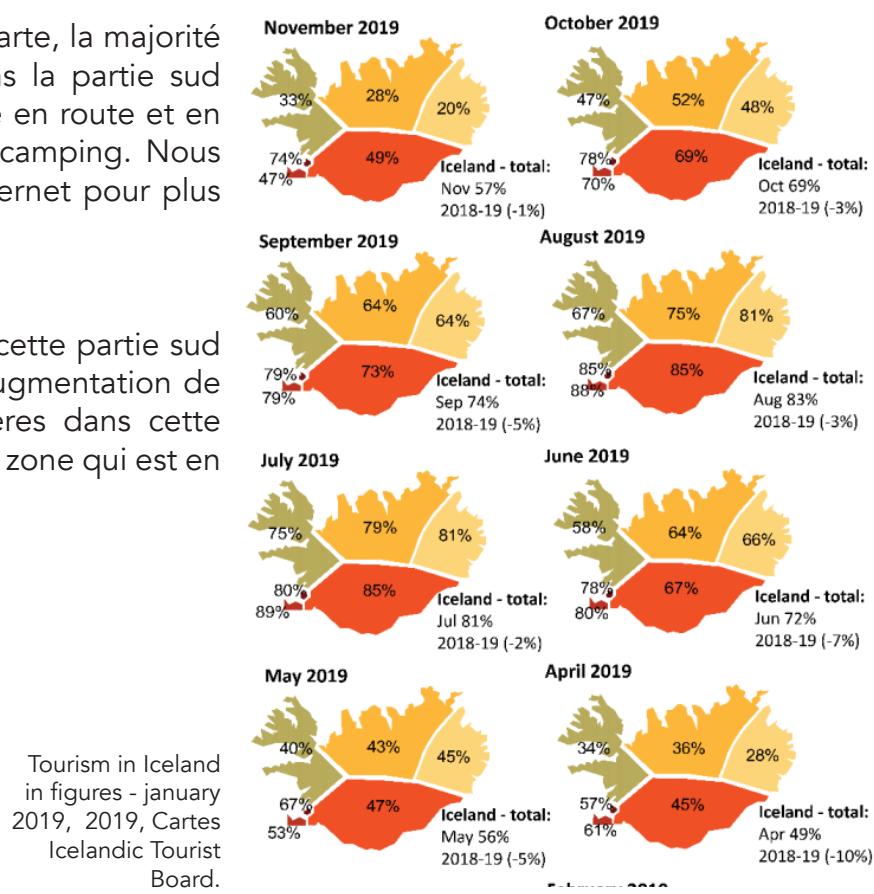
Ces indicateurs, qui indiquent une augmentation forte du tourisme en Islande, s'accompagnent de changement, tel que la construction d'hôtel ou de parking pour accueillir les visiteurs aux abords des grands parcs.



Le tourisme en Islande se situe majoritairement dans le sud et le sud-ouest de l'île.

Comme il est constaté dans cette carte, la majorité des lieux visités se retrouvent dans la partie sud de l'île, relativement bien desservie en route et en accommodation de type hôtel ou camping. Nous vous invitons à consulter le site internet pour plus de précision sur les lieux visités.

Cet afflux massif de touristes dans cette partie sud de l'île a pour conséquence une augmentation de l'occupation des chambres hôtelières dans cette même zone. Cette zone sud est une zone qui est en saturation de touristes.



IV. DIFFICILE ÉQUILIBRE ENTRE TOURISME ET ENVIRONNEMENT

L'Islande, cette île de l'océan atlantique, qui coupe le souffle de celui qui la visite avec ses paysages époustouflants, continue de recevoir chaque année plus de quatre fois son nombre d'habitants en touristes (toujours plus nombreux, mais pas toujours respectueux de l'écosystème). Bonne nouvelle pour l'économie locale ? Mais un sujet d'inquiétude pour l'environnement.

A. UNE ÉCOLOGIE MENACÉE

En 2016, l'Islande a accueilli pas moins de 1,7 million de touristes, un chiffre qui semble ahurissant si on le compare avec les 360 000 habitants de la petite île. Certes source non négligeable de revenus pour les Islandais, ce boom touristique est une véritable bénédiction pour l'économie, mais une vraie menace pour l'environnement à la fois. D'après les experts, cette situation pose de nombreux problèmes pour la conservation des sites naturels. Ces derniers, qui manquent cruellement de structures d'accueil, sont particulièrement vulnérables à l'empreinte humaine, notamment des sites tels que les geysers ou les champs de lave.

L'état islandais n'avait pas prévu que l'augmentation touristique serait aussi soudaine et importante, du coup les autorités responsables n'ont pas eu le temps de bien s'organiser pour faire face à l'afflux.

Anna Dora Saeporsdotti, responsable du département des sciences environnementales de l'université d'Islande, s'inquiète du phénomène. Dans un entretien datant de 2016, elle rapporte les paroles suivantes : « *80 % des touristes viennent ici pour profiter de la nature. Cela crée une pression énorme sur nos sites naturels. Les visiteurs piétinent la végétation, des formations géologiques ou encore des sols qui sont très fragiles. D'ailleurs, nous constatons déjà des effets très visibles sur notre environnement.* »

Ces paroles reflètent les problèmes auxquels sont confrontés tous les sites naturels du pays.

B. SKOGAFOSS, UN EXEMPLE D'INCIVILITÉ DU TOURISME

Cette photo de 2016 représente les escaliers menant à la plateforme d'observation de la cascade de Skógafoss. Face à l'afflux massif de touristes, le chemin d'accès a été totalement réaménagé pour le confort des visiteurs et la protection de l'environnement. Mais, comme il est vu, certains touristes préfèrent raccourcir leur chemin en sortant du sentier, pourtant fortement bien indiqué. Ces comportements entraînent le piétinement de la végétation.

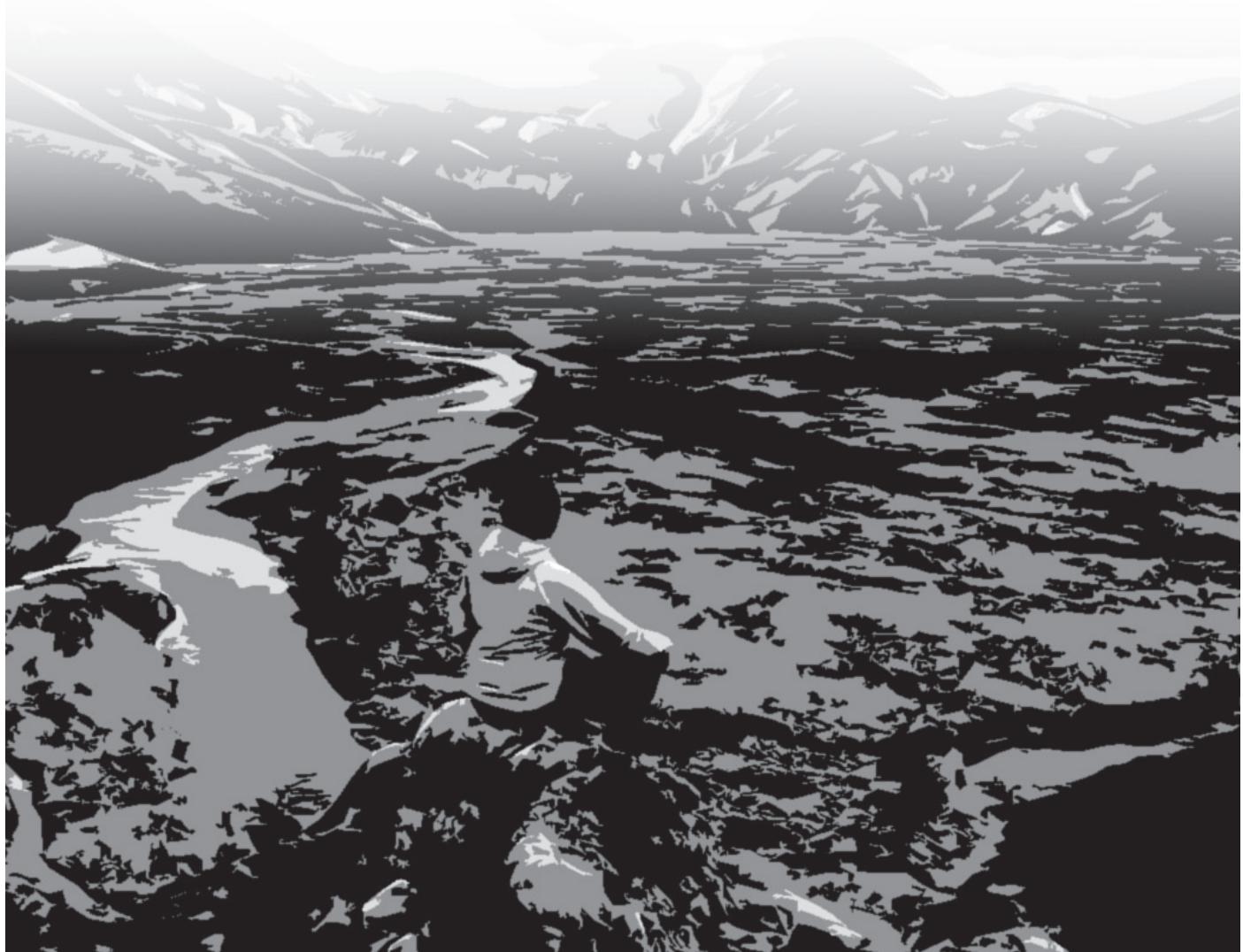


Cascades de Skogafoss, 2016, Wikimedia CC.

Les sites naturels doivent être protégés de ce phénomène, et sans une réaction rapide et proportionnée, le patrimoine naturel de l'île risque d'être gaspillé. Pour répondre à ça, tout en bénéficiant de l'argent du tourisme, le gouvernement islandais explore différentes pistes pour créer une nouvelle économie touristique afin de surfer de manière durable sur l'explosion du tourisme et préserver la richesse naturelle de l'Islande.

PARTIE 2

VERS LE DÉVELOPPEMENT D'UN AUTRE TYPE DE TOURISME



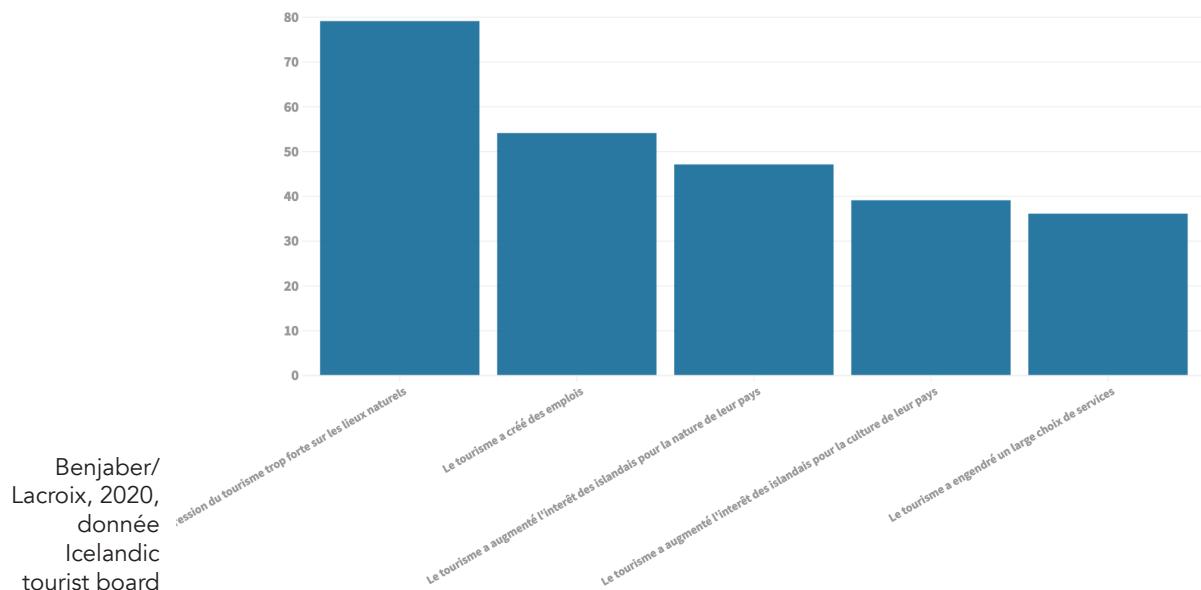
I. L'ISLANDE EST-ELLE VICTIME DE SON SUCCÈS?

Depuis une décennie, l'Islande vit un boom touristique sans précédent. Ce pays qui est en tête des destinations touristiques les plus convoitées du vieux continent, est aujourd'hui débordé par la vague de touristes étrangers qui foule son sol volcanique chaque année. L'Islande, selon les rapports de l'Agence Nationale de Tourisme (ANT), est de plus en plus confrontée au nombre limité des infrastructures d'accueil. D'un point de vue écologique, la surfréquentation de certains sites pourrait engendrer des conséquences désastreuses pour l'environnement. À cela, il convient d'ajouter la pollution générée par les milliers de véhicules utilisés par les touristes pour parcourir les différents sites. La situation semble préoccupante au point que les autorités islandaises ont décidé d'adopter de nouvelles mesures afin de mieux encadrer les activités d'exploration du pays.

Même si l'apport du tourisme à l'économie locale est indéniable, les avis des Islandais sur la question sont sans appel : près de 79% des locaux interrogés en 2017 estimait que la pression touristiques sur les lieux naturels est trop forte.

Avis des islandais sur le tourisme

Enquête du Icelandic tourist board, 2017.



A. LA MISE EN OEUVRE D'UN TOURISME RESPONSABLE

Les sites naturels et préservés en Islande sont aujourd'hui en dégradation et victime de leur succès, à cause de l'afflux massif de touristes, grandissant chaque année. Ces touristes ne sont pas toujours respectueux de l'écosystème local. De ce fait, il est plus que jamais essentiel que les autorités responsables mettent en œuvre une nouvelle politique touristique que les touristes doivent adopter et respecter durant leur séjour dans le pays, qui est le tourisme durable ou responsable.

Le tourisme responsable ou durable en Islande signifie le respect des plantes et de la faune. Mais ce dernier ne consiste pas seulement à préserver l'environnement, mais aussi à respecter la culture du pays. La responsabilité ne relève pas uniquement du touriste, la communauté d'accueil doit aussi être accueillante. Pour résumer, le tourisme responsable est une manière de voyager qui respecte à la fois le touriste, l'environnement et les locaux. Ce type de tourisme repose sur trois principes fondamentaux : quitter un endroit plus propre que l'état dans lequel on l'a trouvé en arrivant, réinvestir les bénéfices générés par le tourisme dans la préservation de l'environnement et faire en sorte que les touristes profitent du lieu tout en apprenant sa culture. En Islande la méthode du tourisme responsable et durable permet aux futures générations de voyageurs et de touristes de découvrir l'émerveillement et la majesté des paysages vierges de cette île.

B. NOUVELLES MESURES DANS L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

« Nous voulons éviter que l'Islande ne devienne une destination trop prisée ». Déclara le ministre islandais en charge du tourisme dans un communiqué datant de 2017. Ce dernier invite les autorités à réfléchir à une augmentation de la taxe hôtelière et mettre fin à la politique de TVA Réduite pour le tourisme (passage de 11% en 2017 à 21% en 2018). Ainsi que la limitation du nombre de visiteurs et la possibilité de faire payer des licences aux touristes pour explorer les sites les plus prisés. Mais l'augmentation des prix semble loin de freiner la demande, l'Islande accueille toujours plus de touristes, de partout, toute l'année.

II. PROMOTION DU TOURISME RESPONSABLE

Le charme et la richesse de l'Islande reposent sur ses paysages uniques, sa nature sauvage, ses sources d'eau chaudes naturelles et peu polluées ; un exceptionnel écosystème à préserver. Comment l'Islande continue d'attirer les touristes, qui représentent aujourd'hui une part majeure dans l'économie du pays, sans que ceux-ci finissent par détruire tout ce qui fait son intérêt ?

A. LE SERMENT ISLANDAIS, POUR UN ÉCOTOURISME DURABLE !



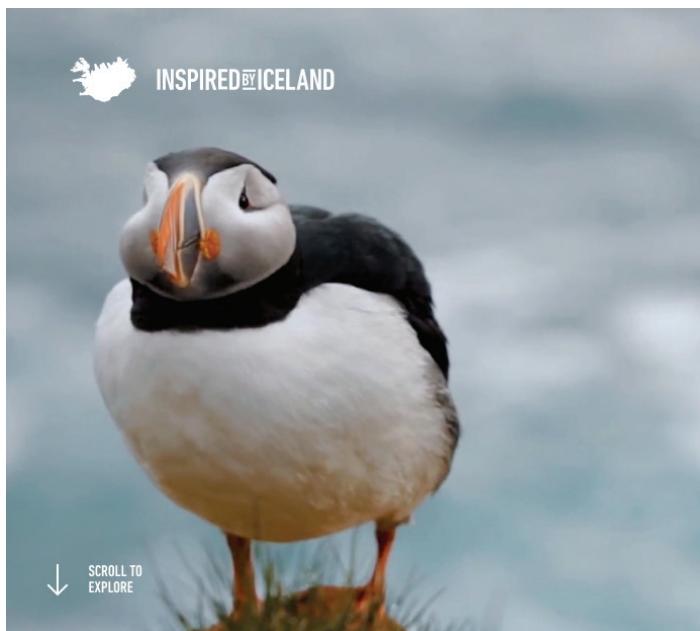
Serment islandais, inspired by iceland.

Dans le but d'inciter les touristes à s'engager dans une démarche de tourisme durable, la structure de promotion de l'Islande *Inspired by Iceland* souhaite influencer de manière positive les comportements des voyageurs. Le but est de les inviter à respecter les lieux et à réduire leur empreinte écologique, en évitant de s'enfoncer dans les zones sauvages et en choisissant plutôt des zones réservées.

À travers le serment islandais, que les touristes signent dès leur entrée sur le territoire via l'aéroport de Keflavik. Quelques évidences sont ainsi rappelées aux voyageurs comme l'interdiction de faire du camping sauvage ou de détériorer les sites, l'importance de ne pas se garer n'importe où, et même d'utiliser des toilettes.

Les retours des touristes étaient positifs. En 2017 au moment du lancement du Serment islandais, pas moins de 30 000 visiteurs s'étaient engagés. « Avec cette initiative, nous essayons

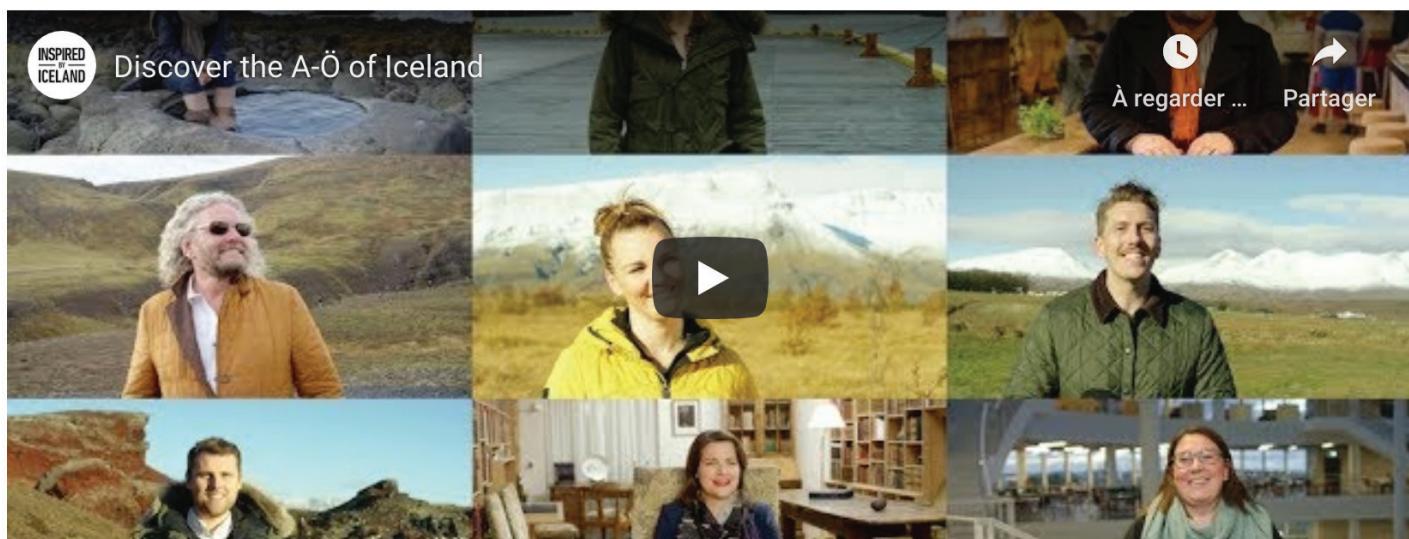
d'influencer positivement le comportement des visiteurs dans notre beau pays, mais aussi leur faire comprendre l'importance de la durabilité et du tourisme responsable en Islande », explique la directrice de Visit Iceland.



Capture d'écran du site inspiredbyiceland où les touristes peuvent aller signer le serment.

B. LA COMPAGNE DE CHARME « THE A-Ö OF ICELAND »

En 2018, l'agence Promote Iceland lança une nouvelle campagne de promotion de l'Islande, placée sous le signe de la « différence » et baptisée « The A-Ö of Iceland », en référence à l'alphabet particulier du pays. Diffusée en anglais sur le site de Inspired By Iceland, elle prend également la forme de neuf vidéos sur YouTube. Le visiteur du site web est invité à découvrir virtuellement les sept régions du pays et leurs richesses, tant naturelles qu'humaines et gastronomiques. L'objectif de ces vidéos est de promouvoir le tourisme responsable, en traitant différents sujets tels que le mode de vie islandais, en insistant sur la modernité de la société et l'égalité des sexes. Mais aussi sur le développement durable, tout en mettant de l'avant que le pays est le seul au monde à utiliser 100% d'énergie renouvelable, grâce notamment à la géothermie.



Capture d'écran discover the A-Ö of Iceland.

« Nous espérons, dit Inga Hlin Palsdottir, directrice de Promote Iceland, que ces courts récits inspireront les gens non seulement à venir nous visiter mais à mieux comprendre notre culture, nos produits d'exportation, notre esprit d'innovation. Ils nous permettent d'avoir une très belle qualité de vie alors que notre pays est petit et a des ressources limitées »

C. AGENCES ENGAGÉES DANS UNE DÉMARCHE RESPONSABLE

Parmi les agences qui encouragent et promeuvent le tourisme responsable en Islande, on trouve « Alkemia ». Il s'agit d'une agence de voyages locale située dans le nord du pays qui s'engage auprès des voyageurs dans une démarche responsable, et à les conseiller pour voyager de façon éthique en Islande. L'agence s'engage en plantant des arbres, environ 2 arbres pour un visiteur (la présence des arbres est particulièrement importante en Islande pour lutter contre l'érosion). Elle s'engage aussi à la création de voyages en minimisant les distances parcourues et en privilégiant toujours la qualité à la quantité.

L'office du tourisme d'Islande encourage ses partenaires professionnels (Icelandair, l'autocariste Gray Line Island, les TO Iceland Travel, Snæland Travel et Terra Nova Iceland) à promouvoir auprès des visiteurs les initiatives écoresponsables afin de les sensibiliser à la préservation de l'environnement.

Inspired by Iceland, lance notamment une campagne baptisée Kranavatn (eau du robinet en islandais), invitant les touristes à ne plus acheter et utiliser de bouteilles d'eau en plastique dont les déchets peuvent polluer les sublimes paysages islandais.

PARTIE 3

COVID-19, TOURISME ET ÉCONOMIE



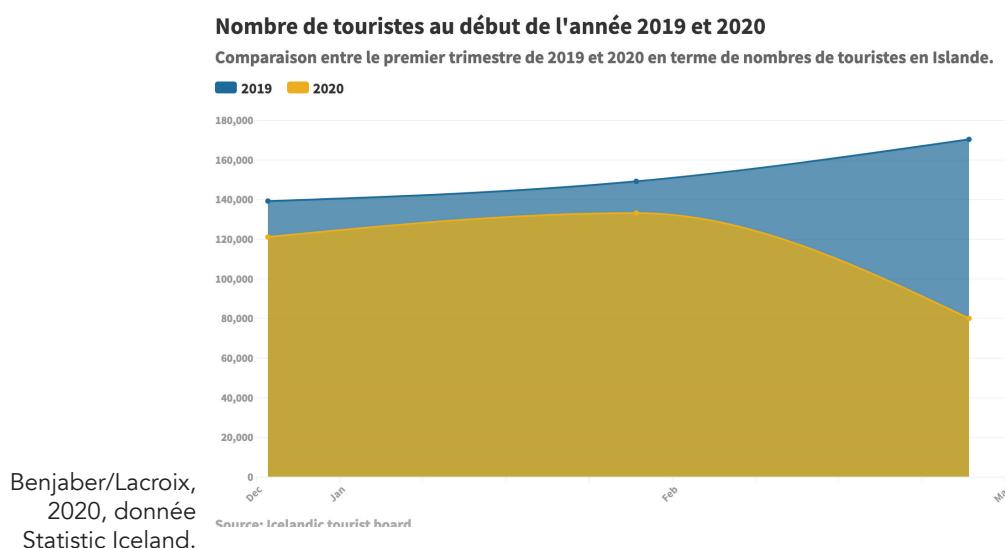
L'épidémie de Covid-19 qui touche le monde entier n'a pas épargné ce petit pays insulaire. Après plusieurs mois d'épidémie, les premiers retours de données commencent à arriver, et une première analyse peut-être faite sur une baisse de la fréquentation touristique.

I. COVID-19 ET TOURISME, UNE MAUVAISE COMBINAISON

A. LES CHIFFRES DU TOURISME EN 2020

Alors que les pays du monde se mettent en confinement les uns après les autres, ferment leurs frontières, arrêtent leur trafic aérien ou encore rapatrient leurs ressortissants, l'Islande fait un choix particulier. En effet, aucune mesure de confinement n'a été prise en Islande durant toute la crise.¹ Le pays, qui commença des mesures préventives dès le 31 janvier, bien avant de nombreux pays, a porté ses fruits. Comme le rappelle l'ambassade d'Islande en France, les frontières du pays sont restées ouvertes à tous les ressortissants du monde entier, avec des dépistages et des mises en quarantaine systématique pour toutes nouvelles personnes arrivant à l'aéroport.

Comme le rappelle Eric Biard dans le Figaro en date du 16 mai, «*Dès le mois de mars, un siège sur deux était condamné. Pour transporter un groupe de 50 personnes, on affrétait deux bus au lieu d'un seul. Le port du masque s'est généralisé sans devenir obligatoire.*»⁷ Une prise de conscience dans le bon sens.



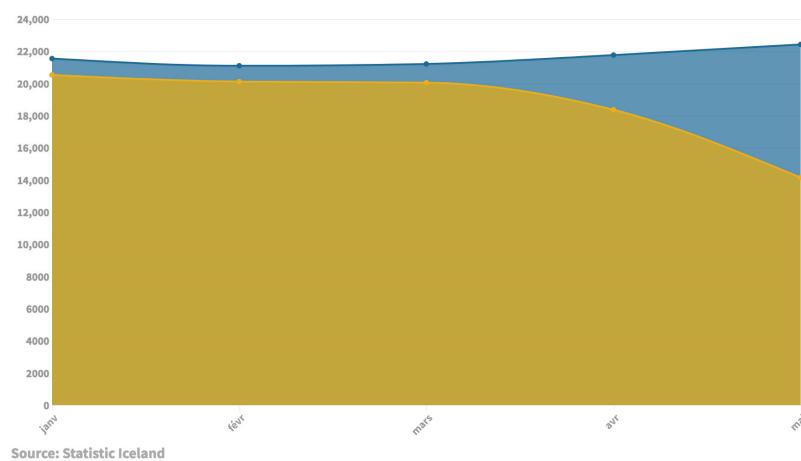
Sur ce premier graphique, représentant l'arrivée du nombre de touristes entre janvier et mars de cette année comparé à l'année 2019, il est constaté une forte baisse du nombre de touristes au mois de mars, début des grands confinements en Europe (17 mars pour la France, 5e sur le rang du nombre de touristes en Islande, l'Allemagne courant mars...) et en Amérique du Nord (Canada, état d'urgence sanitaire mi-mars). Il s'agit d'une chute de 27% comparée à la même période l'année d'avant. Celle-ci entraîne une multitude d'effets, notamment une chute de l'activité économique du pays. Afin de mesurer cette chute, les seules données récoltées et pertinentes à ce jour sont les enregistrements des voitures de location.

B. UNE BAISSE ÉCONOMIQUE : LE FACTEUR DES VOITURES DE LOCATION

De même que pour l'arrivée des touristes, ce graphique compare le début de l'année 2020 avec celle de 2019. Tout comme le graphique précédent même si les chiffres de début sont plus faibles dû à un début de baisse dans l'industrie du tourisme en 2019, la tendance devrait tout de même être

Nombre de voitures de location enregistré

Comparaison 2019-2020



Benjaber/Lacroix,
2020, donnée
Statistic Iceland.

sensiblement pareille. Ce n'est pourtant pas le cas, la courbe descendant à des niveaux équivalents à ceux de mars 2016, saison touristique basse. C'est près de 8 000 enregistrements en moins par rapport à l'année 2019. Sur le même principe que pour la courbe des touristiques, la tendance part au déclin, prévoyant une saison touristique plus morose qu'à l'habitude.

CONCLUSION

Comme évoqué dans les pages précédentes tout au long de ce dossier, le tourisme a eu un effet plus que bénéfique pour l'Islande. Petit pays discret, au bord de la faillite après la crise financière de 2008, l'Islande est passé au rang de destinations mondialement connue et reconnue pour la beauté de ses paysages, sa qualité de vie, sa culture. Mais cette industrie, qui a pris de cours tout le pays, surchargeant des infrastructures non adaptées, a aussi ses limites. Le tourisme de masse qu'a vécu l'Islande ces 8 dernières années tend à être remplacé pour un tourisme responsable et durable. Ce dernier a pour but de préserver l'environnement unique du pays et de sa culture si singulière, afin de ne pas détruire ce qui fait de l'Islande un pays si exceptionnel : sa nature.

Comme le rappel Gunnar Þór Jóhannesson, professeur de géographie et de tourisme à l'Université d'Islande, l'île n'était pas prête à faire face au tourisme de masse : « *Le tourisme incontrôlé a des conséquences négatives sur l'environnement. Donc si le tourisme n'est pas planifié et géré convenablement, nous assisterons à une dégradation des sites naturels.* »⁸

Nul doute que chaque type de tourisme aura des avantages et des inconvénients. Toutefois, la bonne gestion des ressources paysagères par les autorités est la clé si l'économie veut survivre, notamment avec la pandémie actuelle et la faillite des compagnies low-cost, qui ont déjà entraîné le boom touristique islandais dans une phase de récession. Affaire à suivre donc.

Notes de bas de page.

1 : https://www.liberation.fr/planete/2019/10/02/tourisme-en-islande-il-y-a-vingt-ans-c-était-complètement-different-ici_1754735

2 : <https://journalmetro.com/art-de-vivre/vacances/1666793/expliquer-le-boom-touristique-en-islande/>

3 : <https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/iceland/articles/iceland-is-not-turning-into-disneyland-interview-inga-palsdottir/>

4 : p77. https://books.google.fr/books?id=NDy5DwAAQBAJ&pg=PA77&lpg=PA77&dq=gullfoss+number+of+visitor+2008&source=bl&ots=zjbyUITvHu&sig=ACfU3U00HJq6t5cZOuErIXMefqplJSKpsQ&hl=fr&sa=X&ved=2ahUKEwiQ8Yv_z8PpAhXDzIUKHZ8dD4gQ6AEwAHoE-CAoQAQ#v=onepage&q=gullfoss%20number%20of%20visitor%202008&f=false

5 : <https://www.journaldemontreal.com/2019/03/26/le-populaire-transporteur-low-cost-wow-air-bientôt-en-faillite-1>

6 : <http://www.auboutdelaroute.fr/conduire-en-islande/>

7 : <https://www.lefigaro.fr/voyages/comment-l-islande-se-prepare-a-accueillir-les-touristes-cet-ete-20200516>

8 : https://positivr.fr/islande-preter-serment-proteger-nature/?fbclid=IwAR1Z72C2J6CFV4_XQZ_IFUn8Dj984nT8-5aLwesgz63dAVQ1KxY0tFxbcNc

Sources :

Académie de Lille, Islande, fin du boom économique, en ligne, consulté le 03 avril 2020, disponible sur : <http://heg.discipline.ac-lille.fr/archives/ressources-bts-tourisme/europe/islande-fin-du-boom-touristique>

ENS Lyon, tourisme, en ligne, consulté le 18 avril 2020, disponible sur : <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/tourisme>

Generation voyage, Islande : le boom touristique pour le meilleur et pour le pire, en ligne, consulté le 25 février 2020, disponible sur : <https://generationvoyage.fr/islande-boom-touristique/>

Geo, qu'est-ce que le tourisme responsable, en ligne, consulté le 25 mars 2020, disponible sur : <https://www.geo.fr/voyage/quest-ce-que-le-tourisme-responsable-193843>

Icelandic Tourist Board, departure in march down by more than 50, en ligne, consulté le 15 avril 2020, disponible sur : <https://www.ferdamalastofa.is/en/moya/news/category/1/departures-in-march-down-by-more-than-50>

Icelandic Tourist Board, en ligne, consulté le 30 mars 2020, disponible sur : <https://www.ferdamalastofa.is/en>

Icelandic Tourist Board, summer 2016, en ligne, consulté le 24 avril 2020, disponible sur : <https://www.ferdamalastofa.is/static/files/ferdamalastofa/Frettamynndir/2017/januar/sunarkonnun/sumar-2016-islensk.pdf>

Knoema, Islande, en ligne, consulté le 30 mars 2020, disponible sur : <https://knoema.fr/atlas/Islande>

Le figaro, Comment l'Islande se prépare à accueillir les touristes cet été, en ligne, consulté le 17 mai 2020, disponible sur : <https://www.lefigaro.fr/voyages/comment-l-islande-se-prepare-a-accueillir-les-touristes-cet-ete-20200516>

National geographic, overtourism : how to make global tourism sustainable, en ligne, consulté le 03 mars 2020, disponible sur : <https://www.nationalgeographic.com/travel/features/overtourism-how-to-make-global-tourism-sustainable/>

Protected planet, Iceland, en ligne, consulté le 14 avril 2020, disponible sur : <https://www.protectedplanet.net/country/IS>

Skift, the rise and fall of icelands tourism miracle, en ligne, consulté le 08 avril 2020, disponible sur : <https://skift.com/2019/09/11/the-rise-and-fall-of-icelands-tourism-miracle/>

The NY times, Iceland's purple plane are grounded, and with them, it's economy, en ligne, consulté le 01 mai 2020, disponible sur : <https://www.nytimes.com/2019/08/25/business/iceland-economy-wow-air.html>

The telegraph, has iceland's tourism bubble finally burst? en ligne, consulté le 19 avril 2020, disponible sur : <https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/iceland/articles/iceland-tourism-growth-slows-bubble-burst/>

United Nations, tourism statistics, en ligne, consulté le 03 mars 2020, disponible sur : <https://unstats.un.org/unsd/tourism/default.asp>

Vox, My own private Iceland, en ligne, consulté le 14 mars 2020, disponible sur : <https://www.vox.com/the-goods/2019/10/21/20905485/iceland-overtourism-reykjavik-blue-lagoon-northern-lights>

Wikipedia, Covid-19 pandemic in Iceland, en ligne, consulté le 18 mai 2020, disponible sur : https://en.wikipedia.org/wiki/COVID-19_pandemic_in_Iceland#May_2020

World Tourim Organization, country profile, en ligne, consulté le 25 mars 2020, disponible sur : <https://www.unwto.org/country-profile>

WorldAtlas, the 10 most visited tourist destinations In Iceland, en ligne, consulté le 10 mars 2020, disponible sur : <https://www.worldatlas.com/articles/the-10-most-visited-tourist-destinations-in-iceland.html>

