RÃ©serves hydriques sous tension : comment Ã©viter la guerre de l'eau touristique ?

Mai vient de connaÃ®tre son premier Ã©pisode inÃ©dit de chaleur alors que le pays s'apprÃªte pour la saison estivale. D'ici deux, trois ou quatre semaines, des millions de vacanciers s'installeront dans les hÃ´tels, les campings et les rÃ©sidences oÃ¹ un sÃ©jour moyen consomme trois fois plus d'eau qu'Ã domicile. La collision est programmÃ©e et elle a un nom : la "guerre de l'eau touristique". LÃ©onard GRYNFOGEL est le jeune P-DG de la startup Luniwave qui ambitionne de rÃ©volutionner le secteur. H2o mai 2026.

RÃ©serves hydriques sous tensionÂ

COMMENT Ã‰VITER LA GUERRE DE L'EAU TOURISTIQUE ?

LÃ©onard GRYNFOGEL

P-DG de Luniwave

H2o - mai 2026

Â

Les nappes phrÃ©atiques ne mentent pas. Ce printemps, les bulletins du Bureau de recherches gÃ©ologiques et miniÃ¨res (BRGM) ont publiÃ© des niveaux alarmants dans plusieurs bassins franÃ§ais. Pourtant, d'ici quelques semaines, des millions de vacanciers s'installeront dans des hÃ´tels, des campings et des rÃ©sidences oÃ¹ un sÃ©jour moyen consomme trois fois plus d'eau qu'Ã domicile. La collision est programmÃ©e et elle a un nom : la guerre de l'eau touristique. Dans plusieurs communes littorales, elle a dÃ©jÃ commencÃ© sous forme de tensions entre habitants et exploitants, de pÃ©titions, de votes aux conseils municipaux. Le tourisme, un des premiers secteurs Ã©conomiques du pays, est sur le point de devenir le bouc Ã©missaire d'une crise qu'il n'a pas crÃ©Ã©e seul, mais Ã laquelle il contribue de faÃ§on spectaculaire.

La rÃ©glementation seule ne rÃ©soudra rien

La rÃ©ponse rÃ©flexe des pouvoirs publics est connue : arrÃªtÃ©s prÃ©fectoraux, restrictions et amendes. C'est nÃ©cessaire, mais ce n'est pas suffisant. Les donnÃ©es comportementales sont sans appel : 70 % des clients dÃ©clarent vouloir des sÃ©jours Ã©co-responsables, et 90 % d'entre eux refusent la moindre contrainte pendant leurs congÃ©s. L'Ã©cologie punitive frustre, divise et se retourne contre ceux qui l'imposent. Sanctionner le vacancier, c'est en dÃ©finitive attaquer le produit que la France vend au monde entier : l'hospitalitÃ©, le plaisir, la libertÃ© de dÃ©compresser.

30 % de consommation en moins, sans priver personne

Il existe une voie plus efficace que la sanction : celle de l'incitation. Pas une campagne d'affichage "pensez Ã fermer le robinet", qui n'a jamais changÃ© un comportement. Mais montrer aux gens, en temps rÃ©el, combien ils consomment et les rÃ©compenser quand ils font mieux. Les rÃ©sultats mesurÃ©s dans les Ã©tablissements qui ont dÃ©ployÃ© ces systÃ¨mes son probants : une rÃ©duction de 30 % de la consommation d'eau, sans dÃ©gradation de l'expÃ©rience client, sans baisse du taux de satisfaction, sans impact sur la rentabilitÃ©. L'Ã©conomie se fait, sans que le client le ressente. Subir ou choisir : c'est sur ce choix-lÃ que se joue l'avenir du tourisme, pas sur le montant des amendes.

Une responsabilitÃ© qui appartient aux exploitants, pas aux vacanciers

Remettre la charge de la sobriÃ©tÃ© au client, c'est se tromper de responsable. C'est aux exploitants hÃ´teliers, aux gestionnaires de campings, aux propriÃ©taires de rÃ©sidences de tourisme d'Ã©quiper leurs infrastructures, d'instrumenter leurs circuits d'eau, de mettre en place les systÃ¨mes de mesure et de retour d'information. Ils en ont les moyens et dÃ©sormais l'intÃ©rÃªt, car les territoires qui les accueillent commencent Ã poser des conditions. Le droit d'exploiter un territoire sous tension hydrique ne sera plus acquis par dÃ©faut.

L'Ã©tÃ© 2026 n'attend pas. La France accueille 100 millions de touristes Ã©trangers chaque annÃ©e, une richesse, et une pression hydrique que personne ne peut plus ignorer. Les arbitrages qui n'auront pas Ã©tÃ© faits avant les canicules se feront sous les canicules, dans l'urgence et le conflit.Â â–„Â

Â

Â Luniwave

Avec son systÃ¨me basÃ© sur la "gamification" et les sciences comportementales, la startup franÃ§aise Luniwave veut transformer les gestes du quotidien en rÃ©flexes durables... sans jamais toucher au confort. Une approche qui a sÃ©duit plusieurs grands groupes hÃ´teliers.Â

L'idÃ©e est nÃ©e de l'expÃ©rience de trois Ã©tudiants ingÃ©nieurs en colocation, alors qu'ils avaient imaginÃ© un systÃ¨me points et rÃ©compenses pour les tÃ¢ches mÃ©nagÃ¨res. Leur premier produit a donc Ã©tÃ© un boÃ®tier, le LuniShower, permettant aux clients d'hÃ´tels de prendre conscience de leurs consommations d'eau. Aujourd'hui, trois ans plus tard, Luniwave initie les GreenMiles, un systÃ¨me de points inspirÃ© de l'aÃ©rien : les clients sont crÃ©ditÃ©s pour tout geste favorable Ã la planÃ¨te - prendre de petites douches, conserver ses serviettes un jour de plus, refuser le mÃ©nage quotidien - et peuvent utiliser ces points pour obtenir des rÃ©ductions ou les transformer en dons. Soutenue par Atout France, la startup rÃ©flÃ©chit dÃ©sormais Ã la crÃ©ation d'un passeport Ã©cologique universel, utilisable dans tout l'Ã©cosyst touristique.

Luniwave