

Réserves hydriques sous tension : comment éviter la guerre de l'eau touristique ?

Mai vient de connaître son premier épisode inattendu de chaleur alors que le pays s'apprête pour la saison estivale. D'ici deux, trois ou quatre semaines, des millions de vacanciers s'installeront dans les hôtels, les campings et les résidences où un séjour moyen consomme trois fois plus d'eau qu'au domicile. La collision est programmée et elle a un nom : la "guerre de l'eau touristique". L'Éonard GRYNFOGEL est le jeune P-DG de la startup Luniwave qui ambitionne de révolutionner le secteur. H2o mai 2026.

Réserves hydriques sous tension

COMMENT ÉVITER LA GUERRE DE L'EAU TOURISTIQUE ?

L'Éonard GRYNFOGEL

P-DG de Luniwave

H2o - mai 2026

À

Les nappes phréatiques ne mentent pas. Ce printemps, les bulletins du Bureau de recherches géologiques et minières (BRGM) ont publié des niveaux alarmants dans plusieurs bassins français. Pourtant, d'ici quelques semaines, des millions de vacanciers s'installeront dans des hôtels, des campings et des résidences où un séjour moyen consomme trois fois plus d'eau qu'au domicile. La collision est programmée et elle a un nom : la guerre de l'eau touristique. Dans plusieurs communes littorales, elle a déjà commencé sous forme de tensions entre habitants et exploitants, de pétitions, de votes aux conseils municipaux. Le tourisme, un des premiers secteurs économiques du pays, est sur le point de devenir le bouc émissaire d'une crise qu'il n'a pas créée seul, mais à laquelle il contribue de façon spectaculaire.

La réglementation seule ne résoudra rien

La réponse réflexe des pouvoirs publics est connue : arrêtés préfectoraux, restrictions et amendes. C'est nécessaire, mais ce n'est pas suffisant. Les données comportementales sont sans appel : 70 % des clients déclarent vouloir des séjours éco-responsables, et 90 % d'entre eux refusent la moindre contrainte pendant leurs congés. L'écologie punitive frustre, divise et se retourne contre ceux qui l'imposent. Sanctionner le vacancier, c'est en définitive attaquer le produit que la France vend au monde entier : l'hospitalité, le plaisir, la liberté de découvrir.

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 à fermer le robinet", qui n'a jamais changé un comportement. Mais montrer aux gens, en temps réel, combien ils consomment et les récompenser quand ils font mieux. Les résultats mesurés dans les établissements qui ont déployé ces systèmes sont probants : une réduction de 30 % de la consommation d'eau, sans dégradation de l'expérience client, sans baisse du taux de satisfaction, sans impact sur la rentabilité. L'économie se fait, sans que le client le ressente. Subir ou choisir : c'est sur ce choix-là que se joue l'avenir du tourisme, pas sur le montant des amendes.

Une responsabilité qui appartient aux exploitants, pas aux vacanciers

Remettre la charge de la sobriété au client, c'est se tromper de responsable. C'est aux exploitants hôteliers, aux gestionnaires de campings, aux propriétaires de résidences de tourisme d'équiper leurs infrastructures, d'instrumenter leurs circuits d'eau, de mettre en place les systèmes de mesure et de retour d'information. Ils en ont les moyens et d'ailleurs l'intérêt, car les territoires qui les accueillent commencent à poser des conditions. Le droit d'exploiter un territoire sous tension hydrique ne sera plus acquis par défaut.

L'été 2026 n'attend pas. La France accueille 100 millions de touristes étrangers chaque année, une richesse, et une pression hydrique que personne ne peut plus ignorer. Les arbitrages qui n'auront pas été faits avant les canicules se feront sous les canicules, dans l'urgence et le conflit.

À

À Luniwave

Avec son système basé sur la "gamification" et les sciences comportementales, la startup française Luniwave veut transformer les gestes du quotidien en réflexes durables... sans jamais toucher au confort. Une approche qui a séduit plusieurs grands groupes hôteliers.

L'idée est née de l'expérience de trois étudiants ingénieurs en colocation, alors qu'ils avaient imaginé un système de points et récompenses pour les tâches ménagères. Leur premier produit a donc été un boîtier, le LuniShower, permettant aux clients d'hôtels de prendre conscience de leurs consommations d'eau. Aujourd'hui, trois ans plus tard, Luniwave initie les GreenMiles, un système de points inspiré de l'ancien : les clients sont récompensés pour tout geste favorable à la planète - prendre de petites douches, conserver ses serviettes un jour de plus, refuser le ménage quotidien - et peuvent utiliser ces points pour obtenir des réductions ou les transformer en dons. Soutenue par Atout France, la startup française a la création d'un passeport écologique universel, utilisable dans tout l'écosystème touristique.

Luniwave