

CHRISTOPHE ALAUX

«Le tourisme a rejoint la question de l'attractivité des territoires»

Christophe Alaux, directeur de la chaire «attractivité des territoires et nouveau marketing territorial», IMPGT, Aix-Marseille université, revient sur les évolutions qui ont touché le secteur du tourisme depuis la crise du Covid.

Le développement du tourisme après la pandémie de Covid-19 en 2020 semble avoir poussé les territoires à s'organiser de manière plus large et plus structurée pour tirer un meilleur profit des flux. Comment cela se traduit-il ?

Les territoires sont organisés depuis longtemps pour développer le tourisme. Cependant, dans un secteur d'activité qui recoupe tant de domaines et autant d'acteurs, les différents intervenants travaillaient certainement plus souvent dans leur coin, en mettant en œuvre des stratégies à l'impact moindre.

La fermeture des frontières lors de la pandémie de Covid-19 a poussé les Français à devenir touristes chez eux, découvrant des lieux jusque-là mal identifiés sur la carte du tourisme national. Leur fréquentation a conduit les acteurs locaux à se poser des questions plus larges sur leur développement et leur préservation. Je dirais que le tourisme a rejoint de façon plus évidente la question de l'attractivité des territoires.

Ces dernières années, on a beaucoup parlé de «surtourisme», notamment dans des métropoles européennes ou dans de grands sites naturels. Est-ce que cela trouve du sens en France ?

Aujourd'hui, les territoires cherchent davantage à attirer les touristes qu'à les repousser ! Parler de «surtourisme» donne une dimension négative à une activité qui nécessite simplement d'être équilibré pour limiter

les pressions sur la ressource et préserver l'authenticité des lieux. En revanche, rendre les touristes responsables des problèmes que les politiques publiques ont ignorés ne me paraît pas raisonnable.

Penser que les locations saisonnières sont également responsables des soucis de logement, par exemple, constitue une réponse facile à un problème bien plus complexe.



C. ALMODOVAR/LA GAZETTE

«L'offre s'organise pour mieux s'ancrer dans son époque, avec des propositions plus écoresponsables.»

Est-ce que les comportements des touristes ont véritablement changé depuis cinq ans ?

Il n'y a pas de changement radical de la demande. Toutefois, l'offre s'organise pour mieux s'ancrer dans son époque, avec des propositions plus écoresponsables. Les territoires alignent aussi leur stratégie touristique sur l'image qu'ils veulent donner, en cohérence avec les autres domaines de développement et d'attractivité.

L'interdépendance des collectivités territoriales est, en outre, plus marquée aujourd'hui, avec des enjeux qui concernent différents niveaux de collectivités ou des territoires voisins.

Tout le monde a intérêt à ce que la fréquentation touristique se dilue dans l'espace comme dans le temps ! ●

À LIRE

Dix leviers d'action

Le réseau des Grands Sites de France présente, dans un guide, dix leviers d'actions pour maîtriser les pics saisonniers et gérer durablement la fréquentation des sites, dans le cadre de projets de territoires, à plusieurs échelles de temps. Il se compose de dix chapitres méthodologiques illustrés de trente fiches pratiques d'exemples.

«La gestion durable de la fréquentation dans les grands sites de France. Méthode et pratiques», réseau des Grands Sites de France, mai 2025.

A consulter sur: tinyurl.com/4s2w63a8

Une stratégie à structurer

L'Ademe présente ses propositions pour un tourisme plus durable. Elle prend en compte le fait qu'il s'agit d'une activité transversale, qui rassemble une pluralité d'acteurs, ce qui lui octroie un large champ d'intervention, mais également un risque de perte d'efficacité des actions si l'intervention n'est pas structurée et coordonnée.

«Stratégie pour la transformation du secteur du tourisme - 2023-2025», Ademe, avril 2025. A lire sur: tinyurl.com/43szrswf

SUR LE WEB

Les bonnes pratiques du terrain

La direction générale des entreprises (DGE) accompagne les acteurs du tourisme, afin de préserver les ressources naturelles et culturelles, améliorer l'expérience de visite, préserver la qualité de vie des populations locales et mieux diffuser les retombées économiques. Un guide vise à donner des clés en matière de gestion des flux, notamment via des bonnes pratiques identifiées sur le terrain.

A découvrir sur: tinyurl.com/43ck5ka8



La Gazette.fr

Pour aller plus loin

Gérer plus durablement la fréquentation des sites touristiques
www.lagazette.fr/934254

Pour contrer le surtourisme, le cœur des territoires balance
www.lagazette.fr/879899