

LA MARSEILLAISE

L'Occitanie sur le chemin du tourisme « vert »

Destination préférée des Français, l'Occitanie s'est engagée dans une démarche pour penser le tourisme de demain. Les très bons chiffres de fréquentation avec un record de 220 millions de nuitées en 2022, n'empêchent pas d'interroger l'avenir. Une démarche essentielle pour prévenir le « surtourisme » auquel l'État veut s'attaquer, sur le papier.

Françoise Verna /
Montpellier /
30/06/2023 | 07h01



Les célèbres « Pyramides » de la Grande Motte, cité balnéaire. Son créateur Jean Balladur l'avait pensée, il y a un demi-siècle, comme «un idéal de mobilité» dédié aux piétons et aux cyclistes. Une vision plus que jamais d'actualité.PHOTO tourisme hérault

Vos vacances à la mer sans voiture. » Le Département de l'Hérault fait la promotion de la cité balnéaire historique de la Grande Motte en mettant en avant un séjour 100% écologique. C'est un des nombreux exemples du virage pris par les collectivités locales de l'Occitanie en matière de politique touristique. La région attire chaque année des millions de visiteurs. C'est la première destination des Français et la quatrième à l'international. Le défi, aujourd'hui, est de continuer à développer ce secteur majeur pour l'économie régionale en tenant compte de la crise climatique et des nouveaux usages et désirs des vacanciers.

Le Comité régional du tourisme et des loisirs d'Occitanie (CRTL) l'a bien compris. Chargé de mettre en œuvre et de coordonner la stratégie de la Région, il a planché sur une « feuille de route 2023-2028 ». Une réflexion de fond pour « construire le tourisme de l'Occitanie à l'horizon 2040 ». Les équipes du CRTL précisent notamment, qu'« aujourd'hui, l'expérience touristique n'est plus réservée qu'au visiteur. Elle se développe et se décline en priorité

autour d'un "slow tourisme " privilégiant le local, le circuit court, le bio, et préserve le parcours client des risques de surfréquentation. Ces multiples bouleversements viennent remettre en question les fondements de notre économie touristique. » Rien de moins. Ainsi, souligne le CRTL Occitanie, « malgré les bons résultats de 2022, les politiques touristiques ne peuvent pas se contenter de présenter l'Occitanie à la fois comme une destination de vacances mémorable et le lieu d'un tourisme plus vertueux. Nous sommes invités à une véritable réinvention de l'activité afin de la rendre plus juste et plus durable ». C'est l'ambition du Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs conçu dans une démarche coopérative avec l'ensemble des collectivités. Objectif: « Nous imaginons un tourisme plus durable, pleinement démocratisé, rendu possible par une coopération à la fois mondiale et régionale. L'écologie en est le catalyseur, et l'accès à une nature préservée est devenu un droit pour tous. »

Observatoire national des sites majeurs

Cette réflexion de fond tranche avec les demi-mesures du gouvernement qui a dévoilé le 18 juin un « plan » pour réguler les flux qui submergent des sites touristiques à certains moments de l'année, estimant qu'ils constituent « parfois une menace » pour « l'environnement, la qualité de vie des résidents et l'expérience touristique de la clientèle. »

Pour mieux analyser le phénomène, un « observatoire national des sites touristiques majeurs » verra le jour, a annoncé Olivia Grégoire, la ministre déléguée au Tourisme. Aussi un guide pratique définissant les notions de « surtourisme », « surfréquentation » et « pics de fréquentation » sera rédigé, afin de disposer d'une grille d'analyse commune.

Une campagne de communication encouragera « un tourisme quatre saisons mieux réparti sur tous les territoires » mais aussi à « adopter les bonnes pratiques » en matière de « gestion de l'énergie, de l'eau, des déchets ». Un groupe de travail sera créé avec des influenceurs pour qu'ils n'encouragent pas la fréquentation massive de sites touristiques, comme le Mont-Saint-Michel, Etretat ou les calanques de Marseille, et sensibilisent leur audience à l'impact de celle-ci.

Pour Simon Thiroit, consultant en charge du tourisme et des loisirs pour le cabinet de conseil Eurogroup Consulting, « il faut plutôt parler de pics de fréquentation, et il y a une bonne nouvelle: ces derniers sont limités dans le temps et dans l'espace. En s'y intéressant de près et de façon assez fine, on peut trouver des solutions », dit-il. Une vision encore bien trop courttermiste alors que les collectivités sont sans doute la solution. Encore faut-il les associer.

« Nous imaginons un tourisme plus durable, pleinement démocratisé »