

L'«OVERTOURISME» ET LES SYMPTÔMES QUI L'ACCOMPAGNENT

1 SITUATION INITIALE ET DÉFIS

Le tourisme est l'un des secteurs économiques qui connaît la croissance la plus rapide au monde. Selon le *Baromètre mondial du tourisme et l'Annexe statistique* de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), plus de 1,3 milliard d'arrivées internationales ont été enregistrées en 2018. Cela correspond à une croissance de plus de 7% par rapport à l'année précédente. Une augmentation tout aussi forte est prévue pour les décennies à venir. Cette forte croissance est très réjouissante pour l'industrie du tourisme, mais elle entraîne des conséquences et des défis qui doivent être reconnus en temps utile par la branche et par les milieux politiques. Il convient toutefois de noter que la Suisse profite moins de cette croissance mondiale que d'autres pays. Ces dernières années, sa part de marché a diminué.

Dans quelques destinations et points névralgiques touristiques, la masse croissante de touristes s'est concentrée à tel point que la population locale fait état de problèmes. Bien que le phénomène ne soit pas nouveau, l'intérêt des médias s'est fortement accru depuis la création du terme «overtourisme» et les arguments jouent de plus en plus sur les émotions. Malheureusement, il n'existe pas assez de données - surtout concernant les touristes d'une journée - pour argumenter objectivement. Les effets secondaires négatifs du tourisme de masse peuvent être les suivants :

- Hausse des prix de l'immobilier et des loyers des appartements
- Tendance à des évolutions illégales (taxis illégaux, construction de logements, etc.)
- Disparition progressive des commerces locaux
- Réticences et scepticisme de la population locale à l'égard des touristes
- Atteintes à l'environnement et au patrimoine culturel

Le phénomène ne se produit que de manière très ponctuelle. Bien que de nombreuses destinations aimeraient avoir plus de clients, le stress lié à la densité dans quelques rares endroits névralgiques augmente à certains moments. Bien qu'il n'y ait pas d'«overtourisme» dans l'ensemble de la Suisse, certaines destinations et certains hotspots touristiques se penchent déjà intensivement sur la question, en raison des réactions parfois négatives de la part de la population. Compte tenu de la croissance attendue dans les années à venir et afin de prévenir ce problème, il est important que la branche du tourisme, les responsables politiques et la population soient conscients du problème et que des mesures soient prises de façon proactive, si nécessaire en liaison avec des mesures d'accompagnement.

2 OBJECTIFS DE LA BRANCHE

Une croissance saine est une bonne nouvelle pour la branche du tourisme. Pour gérer cette croissance de manière ciblée et éviter le problème de l'«overtourisme», certaines lignes directrices sont nécessaires. D'abord et avant tout, la sensibilisation. Dans ce contexte, le tourisme suisse applique les principes suivants:

- Nous voulons participer avec modération à la croissance mondiale du tourisme.
- Nous militons en faveur d'un tourisme aussi durable que possible, tant sur le plan écologique que sur le plan économique et social.
- Nous soutenons les mesures visant, en cas de besoin, à rediriger et à distribuer largement l'afflux de touristes nombreux sans restreindre sensiblement la liberté d'entreprise.
- Nous voulons accueillir nos clients dans un environnement équilibré dans lequel la nature et le paysage jouent toujours un rôle important.
- Nous encourageons une coexistence pacifique entre la population locale et les touristes (quelle que soit leur origine).
- Nous essayons d'éviter les conséquences négatives pour les résidents.
- Nous nous penchons activement sur cette question et nous veillons au bien-être des touristes autant qu'à celui de la population locale.
- Nous encourageons les échanges entre tous les acteurs impliqués et nous collaborons étroitement avec les autorités afin de créer des conditions cadres aussi favorables que possible.

3 MESURES POSSIBLES

3.1 Mesures proactives

- Là où l'on enregistre déjà un afflux important de touristes, des mesures incitatives devraient être envisagées afin de mieux répartir les grands flux touristiques. Cela peut par exemple passer par un marketing ciblé et la création de nouvelles offres.
- Afin de réguler les flux de transport et de réduire autant que possible le trafic de recherche de places de stationnement, les échanges avec les entreprises de transport et les autorités doivent être recherchés, et de nouvelles réglementations doivent être introduites le cas échéant.
- La collecte de données détaillées sur le comportement de voyage et les réservations doit être encouragée. Elle permet d'estimer le taux d'occupation à tout moment et de réagir en conséquence.
- La coordination entre les acteurs concernés devrait être institutionnalisée. Les échanges d'informations et d'exemples de bonnes pratiques doivent avoir lieu entre les organisations/associations touristiques et les autorités ainsi que les milieux scientifiques et la population.

- Des mesures astucieuses en matière d'aménagement du territoire aident à répartir les touristes qui ne restent qu'une journée.
- Dans les destinations et les endroits névralgiques présentant un afflux important de touristes originaires de pays ayant d'autres contextes religieux ou culturels, un processus participatif impliquant la population et toutes les parties prenantes importantes devrait être engagé suffisamment tôt.

3.2 Mesures d'accompagnement

- En cas de problèmes imprévus, il convient de rechercher le dialogue avec les acteurs concernés et élaborer des solutions en commun, par exemple en concluant des accords (plateformes économiques communes, entreprises de transport, etc.).
- Tout le monde doit être logé à la même enseigne. Sur ce plan, il est essentiel d'entretenir la collaboration avec les autorités afin de veiller au respect de règles valables pour tous. Les impôts et taxes doivent être payés par tous, sans désavantager quiconque.
- En principe, le tourisme est bienvenu et une réglementation stricte ne devrait être introduite qu'en dernier recours. C'est pourquoi il est d'autant plus important que les acteurs concernés recherchent le dialogue et soient bien informés.
- Il arrive souvent que les populations locales ne voient que le mauvais côté du tourisme. C'est pourquoi il convient, au niveau de la sensibilisation, d'attirer l'attention sur les effets positifs, par exemple la création de valeur au plan local, la vaste offre gastronomique ou la diversité des manifestations culturelles. Les populations autochtones peuvent fortement profiter du tourisme ; encore faut-il qu'elles le souhaitent.

3.3 Mesures déjà prises

- Débat intensif dans divers groupes de travail
- Élaboration d'études qui identifient et analysent les défis et les recommandations pour chaque région
- Matériel d'information pour sensibiliser la population
- Consolidation au sein de la branche en ce qui concerne la manière d'aborder la question et de communiquer avec le monde extérieur