



Offices de
Tourisme
de France

**Journée des offices de
tourisme**

Le 24 juin 2025

ATELIER N°8



**Relais d'opinion :
déconstruire les
discours culpabilisants**

Le contexte

Cet atelier a pour objectif de remettre en question les termes de "surtourisme", "ski bashing", "tourisme bashing". En effet, ces expressions créent un effet de loupe et nuisent à l'image du tourisme, alors que le secteur est en pleine transformation et représente une opportunité de développement durable et local.

Nous verrons quelles solutions proposer ou apporter pour éviter ces situations critiques et comment les traiter.



Définition du surtourisme : situation où les destinations touristiques sont submergées par un afflux massif de visiteurs, dépassant souvent leur capacité d'accueil et mettant en péril l'équilibre environnemental, social et économique des lieux.

Les conséquences néfastes du surtourisme sont multiples :

- épuisement des ressources naturelles,
- congestion des infrastructures,
- dégradation du patrimoine culturel,
- hausse des prix immobiliers,
- tensions sociales entre résidents et visiteurs,
- altération de l'identité locale...

Ce qu'on ne présentera pas

- 01. Les causes
- 02. Les conséquences
- 03. Les exemples de
crise médiatique et
leurs gestions
- 04. Les bons et mauvais
élèves

Sommaire

- 01. Tourisme et cadre réglementaire
- 02. Tourisme et population locale
- 03. Gouvernance engagée
- 04. Tourisme et communication émotionnelle



Partie 1

Tourisme et cadre réglementaire

LA VIE
EN
RELIEF

i&d
TOURISME
OFFICES DE TOURISME
& TERRITOIRES
DE HAUTE-SAOIE

Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Tourisme et cadre réglementaire

[Colloque sur le surtourisme](#), organisé par l'Université Paris I le 17 juin 2024 à la Sorbonne, a abordé le sujet du surtourisme par le prisme du droit.

D'après [Laurence Jégouzo](#), co-directrice du Master 2 Droit du tourisme et des transports, avocate au barreau de Paris spécialisée en droit du tourisme,

« Les leviers sont principalement juridiques pour limiter voire interdire un territoire quand il existe un danger trop grave » par rapport à l'environnement et la population locale.

Synthèse du colloque à paraître dans la revue [Juristourisme](#)

Tourisme et cadre réglementaire

Ex de solutions juridiques envisageables :

- mise en place de quotas de visiteurs
- taxes touristiques
- réglementations sur les locations saisonnières
- adoption de mesures de zonage et de protection du patrimoine
- ...

Par ailleurs, une approche juridique efficace du surtourisme nécessite une collaboration étroite entre les autorités locales, les acteurs du tourisme, les résidents et les organisations internationales.

Tourisme et cadre réglementaire

Outil de protection

La gestion des flux par la réglementation pour protéger les sites touristiques (faune, flore, pollution, flux...) et améliorer les conditions générales de vie

Meilleure circulation sur la [presqu'île de Giens](#)

Expérience client positive

La gestion des flux par la réglementation pour améliorer l'expérience client

Qualité de l'expérience renforcée pour les clients sur [l'île de Porquerolles](#)

Adhésion des socio pro du tourisme

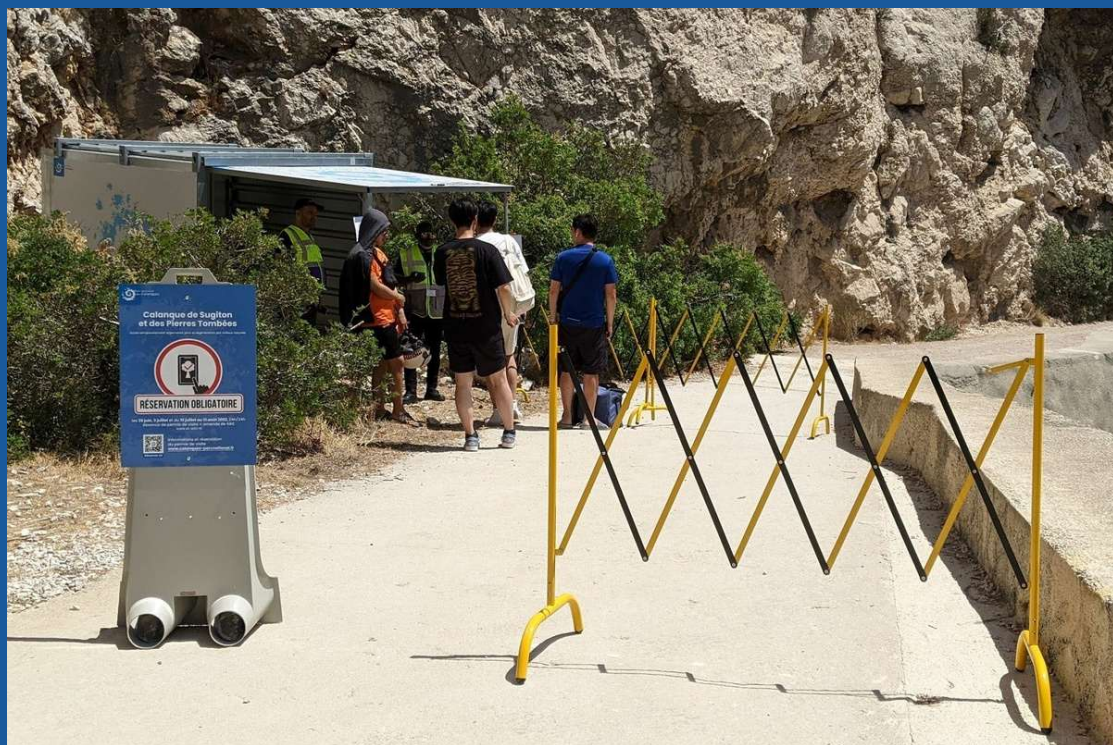
La gestion des flux par la réglementation pour renforcer les liens entre institutionnels et acteurs privés.

Retours favorables des prestataires de l'île de Porquerolles

Sur [l'île de Brehat](#), l'objectif était de lisser les flux, les pros étaient frileux, plusieurs dispositifs installés mais pas encore de retours chiffrés.

Les exemples de la calanque de Sugiton
et du centre ville de Cassis (délibération
du PNR et arrêté municipal)

Carole CLOUET -
Directrice de l'OT de Cassis



Tourisme et cadre réglementaire



Ne pas hésiter à faire appel aux collectivités locales pour encadrer les pratiques.

Le cadre réglementaire n'est pas que l'affaire des collectivités. Les OT sont sources de réflexion et de propositions.

Plus que le lien de subordination OT / collectivité de tutelle, il s'agit de travailler main dans la main dans un intérêt commun.



Partie 2

Tourisme et population locale

LA VIE
EN
RELIEF

i&d
TOURISME
OFFICES DE TOURISME
& TERRITOIRES
DE HAUTE-SAOIE

Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Tourisme et population locale

Investissements touristiques pour la population locale

[Source : Poids du tourisme dans l'économie française Atout France publiée le 11/10/2023](#)

[Source : Etude DGE de février 2025](#)

Consommation
touristique

192 Md € en 2022

Emploi

**6.5% de l'emploi
salarié privé pour
le secteur de l'HR**

Investissement

**18.6 Md €
d'investissement
touristique en
hausse**

41% Hébergements
37% Loisirs
16% Restauration
6% AV et transports

Tourisme et population locale

Investissements touristiques pour la population locale

Dépenses des communes touristiques en fonctionnement

- Dépenses en développement touristique :
 - 71 euros par habitant pour les communes touristiques de montagne
 - 37 euros pour les communes touristiques hors montagne
 - moins de 10 euros pour les communes non touristiques.
- Dépenses liées aux transports, routes et voiries :
 - 132 euros par habitant dans les communes touristiques de montagne
 - 54 euros dans les communes non touristiques de montagne
- Dépenses liées à la sécurité et la salubrité publiques
 - deux fois plus élevées dans les communes touristiques de montagne que dans les autres communes

Dépenses des communes touristiques en investissement

- 540 euros par habitant pour les communes touristiques de montagne contre moins de 393 euros pour les autres communes
- Les transports : les communes touristiques de montagne de moins de 20.000 habitants y investissent 2x + que le reste des communes de la même strate
- Les équipement sportifs : 3x + que les autres communes.

Sources : [Banque des territoires - article 25 octobre 2023](#) par Jean Damien Lesay

Tourisme et population locale

Association de la population locale à la stratégie touristique

[Source : Enquête 2021 Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - acceptation du tourisme par les populations locales](#)

- 55 % des répondants jugent l'impact du tourisme plus positif que négatif et seulement 6 % l'inverse (taux d'acceptation supérieur à la moyenne nationale)
- $\frac{3}{4}$ des répondants considèrent qu'il a un impact positif sur l'économie locale, l'emploi et les infrastructures
- Les personnes interrogées sont conscientes que les aménagements dont elles bénéficient ne seraient pas possibles sans l'apport du tourisme
- L'accueil est une marque de fierté



L'exemple des ascenseurs valléens à Saint Gervais

**Didier JOSEPHE -
Directeur de l'OT de
Saint-Gervais Mont-Blanc**

SAINT-GERVAIS MONT-BLANC > LE VALLÉEN



Altitude aval

586 m

Altitude amont

807 m



Capacité cabine

10 personnes

Débit réel

1200

personnes/h



Nombre de cabines

26

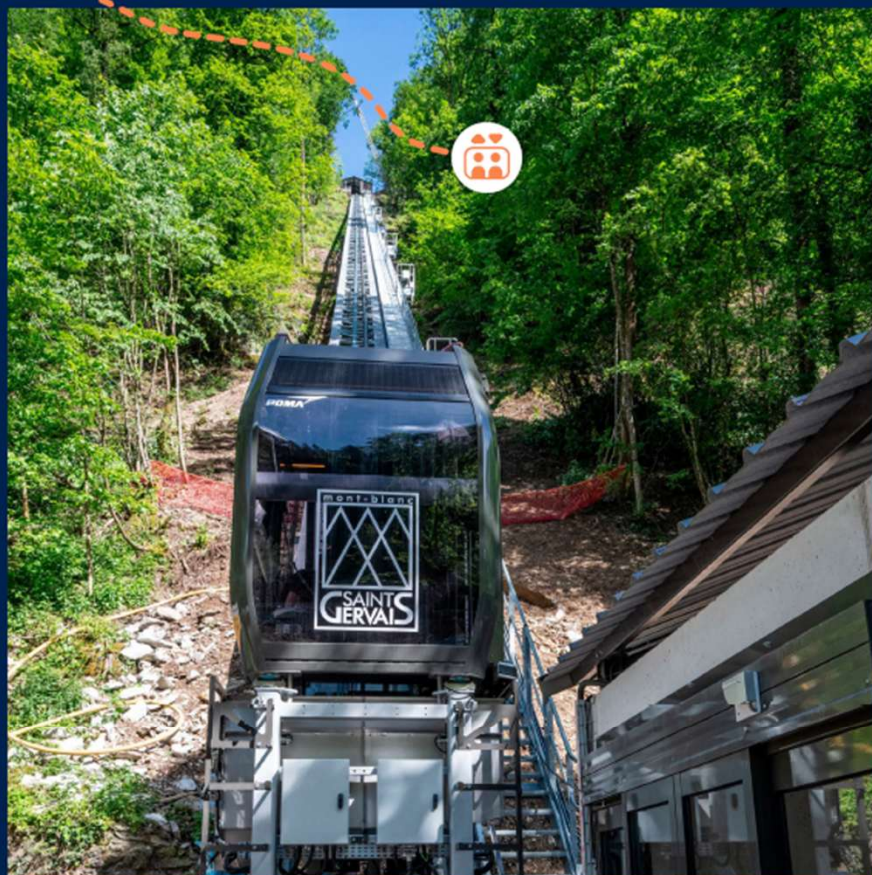
Durée du trajet

5 min

environ



Touchons le cœur de Saint-Gervais
grâce à l'Ascenseur des Thermes



L'ASCENSEUR DES THERMES UNE SOLUTION ÉCOLOGIQUE POUR SE DÉPLACER

Depuis août 2024, l'Ascenseur des Thermes permet la liaison du Parc Thermal du Fayet au bourg de Saint-Gervais en seulement 3 min. L'ascenseur facilite les déplacements quotidiens des habitants, des curistes ou encore des sportifs.

La commune renforce les échanges entre les habitants, en offrant une alternative écologique aux transports traditionnels et totalement gratuite ! L'ascenseur brise les barrières entre le Fayet et le bourg de Saint-Gervais en répondant aux défis de mobilité d'une commune composée de villages à différentes altitudes.



L'Ascenseur des Thermes est le premier ascenseur incliné de France à adopter la technologie à eaux usées et se positionne ainsi à l'avant-garde de la mobilité durable, combinant tradition et modernité pour un avenir plus vert. Ce système novateur à moindre coût reflète les techniques imaginées par l'ingénieur britannique Michael Farmer.

Par un système hydraulique innovant, la descente s'effectue grâce au poids des eaux usées stockées pour alourdir la cabine en position haute, tandis que la montée est assurée par un contrepoids et l'électricité générée durant la descente. Ce procédé, inspiré des anciens funiculaires, permet à l'ascenseur de fonctionner de manière autonome, sans nécessiter de personnel sur place. Cela assure une plage horaire plus large que les transports en commun classiques (ouvert de 06h00 à 23h00), tout en garantissant une sécurité maximale aux passagers.

↔ 262m

↗ 178m

⌋ 43°

⤵ 4m/s

👥 16 passagers

INAUGURÉ LE 03 AOÛT 2024

Ce projet s'inscrit dans une démarche de réduction de l'empreinte carbone, l'utilisation des eaux usées comme ballastière crée un transport vert sans pollution. L'Ascenseur des Thermes permet d'écrire une nouvelle page de l'histoire de Saint-Gervais en symbolisant la volonté de la commune de repenser son offre de transport pour tous, en minimisant l'impact environnemental. Les villages se voient rassemblés pour une unité attendue depuis longtemps par les habitants.

Tourisme et population locale

Investissements touristiques / Stratégie touristique



Communiquer sur les investissements à destination de la population locale financés par les recettes du tourisme
Faire de la population locale un allié

[Fiche méthodologique DGE : Accompagner au déploiement d'une politique d'intégration des populations locales dans les stratégies touristiques Inspir'actions ADN dont la caravane de Provence](#)
Tourisme



Partie 3

La gouvernance engagée

LA VIE
EN
RELIEF

i&d
TOURISME
OFFICES DE TOURISME
& TERRITOIRES
DE HAUTE-SAOIE

Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

La gouvernance engagée

L'ex de la station des GETS

L'ex de la station des Carroz d'Arâches

L'ex de la station du Mont Saxonnex

Intervention de Philippe POETTOZ - Directeur de l'OT des Carroz d'Arâches



Partie 4

Tourisme et communication émotionnelle

LA VIE
EN
RELIEF

i&d
TOURISME
OFFICES DE TOURISME
& TERRITOIRES
DE HAUTE-SAOIE

Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Tourisme et communication émotionnelle

Coup dur pour le tourisme - 2025

Crises politiques

- USA : baisse de fréquentation pour motifs politiques

Crises naturelles

- Costa Rica : éruption volcanique
- Thaïlande : tremblement de terre

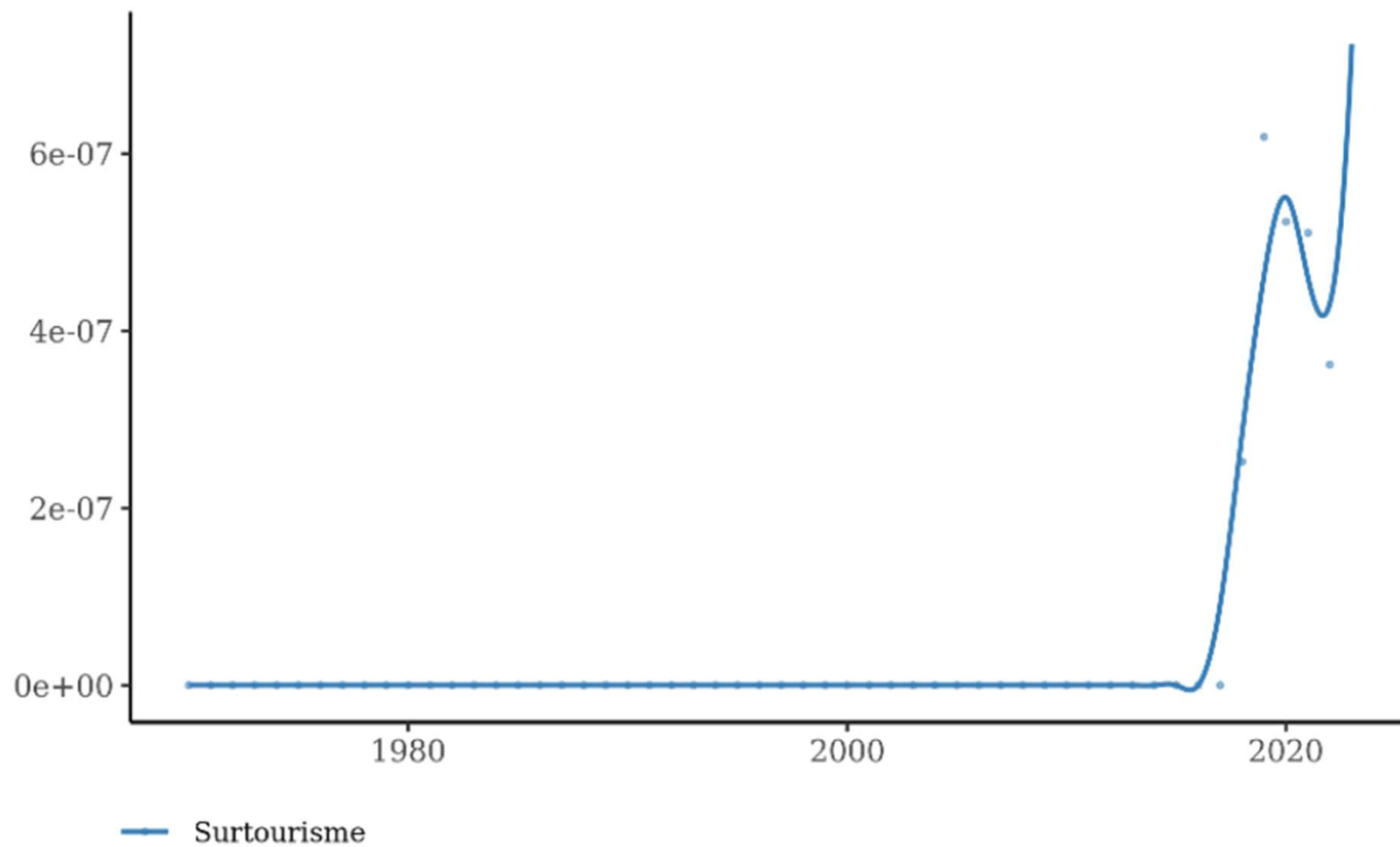
Crise environnementale et économique

- Antibes : Fermeture du Marineland
- Sicile : Etat d'urgence hydrique

Crises sécuritaires

- Nouvelle Calédonie : fermeture de l'aéroport à cause des violences
- Maroc : troubles à l'ordre public

Fréquence d'apparition du mot « surtourisme » dans le journal *Le Monde*



Tourisme et communication émotionnelle

Une terminologie accusatrice

- Les réseaux sociaux vont-ils **tuer le tourisme** - Hugo Clément
- Comment le tourisme **Instagram abîme** Etretat - Hugo Clément
- **L'horreur touristique** d'Elisabeth Lévy
- Surtourisme, voici les **destinations à éviter** en 2025 - Guide Fodor's
- Surtourisme, pollution... Voici les destinations qu'il faudra éviter dans le monde en 2025 - Ouest France
- Ces **destinations sont à blacklister** en 2025 - Odyssée

Tourisme et communication émotionnelle

La formation scientifique

Maîtrise les sujets sur le fond :
biodiversité, cycle de l'eau, changements climatiques...

Informations générales :

[Fresque du climat](#) - [fresque de l'eau](#) -
[fresque océane](#) - [fresque de la montagne](#) -
[fresque du tourisme](#)

Formations plus approfondies :

“La prise en compte de la dimension durable dans l'accompagnement des porteurs de projets” ADN
Acteurs locaux spécialisés ou experts
ISETA - Cycle de l'eau - SILA - PNR des Bauges - Ademe



Tourisme et communication émotionnelle

La formation posturale et la formation sémantique

Communication verbale

utiliser le positif, ouvrir la conversation, relancer pour préciser, questionner, demander l'avis

Communication non verbale

sourire lent, regard intense, posture confiante, synchronisation

Éléments de langage

Les outils d'ADN



Tourisme et communication émotionnelle



Frédérique Lemoine

Dirigeante de Savoie pro

Formation & Location

Le Sésame 60 Rue Thomas Edison 73200 Gilly sur Isère

Tourisme et communication émotionnelle

Les bases de la communication :

- **Préparation** : avoir des chiffres
- **Anticipation des sujets qui fâchent** : préparer une FAQ - identifier des alliés (experts)
- **Méthode ECOUTE**
 - Exprimer la reconnaissance - empathie
 - Contextualiser avec des faits
 - Offrir des solutions concrètes
 - Utiliser le story telling (histoire positive)
 - Terminer par un engagement clair
 - Echanger, ouvrir la discussion
- **Reformuler** (écoute et bonne compréhension)

Tourisme et communication émotionnelle

La gestion de ses émotions dans la communication : 4 / 7 / 8

- 4 temps pour inspirer
- 7 temps pour bloquer la respiration
- 8 temps pour expirer

Tourisme et communication émotionnelle

La communication pro active

- Ne pas attendre la crise
- Communiquer en continu
 - Transformer les supports en infographie
 - Organiser des rencontres, rajouter de l'humain
 - Mettre en avant des acteurs locaux pour avoir des exemples concrets

Partager le tout sur les réseaux sociaux et donner un visage aux engagements

Tourisme et communication émotionnelle

La communication de crise

- Des faits / des preuves : certification, indicateurs mesurés...
- Sur les RS : remercier et faire une réponse factuelle, ne pas supprimer les commentaires
- Kit éco réponse : document de référence interne avec les chiffres clés, les exemples, le lexique pour parler le bon langage

Voir les détracteurs comme des consultants gratuits qui permettent une écoute active et une progression.

Tourisme et communication émotionnelle



Penser à la formation des techniciens, des dirigeants et des élus

Organisme de formation I&D Tourisme
Trajectoires Tourisme

Kit ressources communication tourisme responsable - ADN

Merci pour votre attention

Merci à

Carole CLOUET - Didier JOSEPHE - Philippe POETTOZ -
- Aurélien ASTRE - Marie GUIGNON - Laurence
JEGOUZO - Léonie OLLIVIER - Nathalie MARCHAL -
Christophe MARCHAIS - Frédérique LEMOINE - Jean-
François JOBERT

asedita@idt-hautesavoie.com

