

ÉTUDES

Les dynamiques territoriales du tourisme

État des lieux, recherche de
nouveaux pôles touristiques
et préconisations pour le
renforcement de l'attractivité

Résumé du contenu de l'étude



Depuis plusieurs dizaines d'années maintenant, les attentes des touristes, français et internationaux, évoluent vers davantage de qualité, de proximité et de durabilité. Ces aspirations ont été exacerbées par la récente pandémie, qui a conduit à ce bouleversement des habitudes et des usages susceptible de perdurer.

Dans ce contexte, l'Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT) est sollicitée depuis plusieurs mois sur des sujets ayant une dimension touristique et s'engage auprès de partenaires dans des dispositifs existants (France Tourisme Ingénierie et notamment son volet patrimoine) ou nouveaux (Avenir montagnes).


L'étude sur les dynamiques touristiques territoriales, lancée en 2020, visait à consacrer l'expertise de l'ANCT sur cette thématique et identifier des pistes d'actions, en complémentarité avec les autres parties prenantes sur ces questions.

La crise sanitaire a conduit à adapter rapidement cette étude afin d'envisager, au-delà des vecteurs de la mise en tourisme des territoires, les conditions du renouveau du tourisme. L'objectif était donc de dresser un état des lieux de la répartition spatiale et temporelle des flux touristiques puis d'étudier les conditions d'émergence de nouveaux pôles touristiques.

La mission a été menée par la Société Conseil Expertises et Territoires (SCET) en 3 phases, sur 10 mois, de mars à décembre 2020, en étroite collaboration avec un comité de pilotage associant l'ANCT, les acteurs institutionnels et professionnels du tourisme. Elle a donné des résultats salués par les membres du comité de pilotage, qui interrogent les objectifs de résilience du secteur en sortie de crise.

Remerciements

Les auteurs de cette publication remercient la SCET qui a piloté la mission lancée par l'ANCT fin 2019. Les auteurs adressent également leurs remerciements aux membres du comité de pilotage ainsi qu'à l'ensemble des collectivités et porteurs de projets ayant accepté de participer à cette étude.



La reproduction de cette publication est soumise à autorisation de l'ANCT. Contact : info@anct.gouv.fr

Directeur de publication : Yves Le Breton (ANCT)

Responsable de collection : Agnès Reiner (ANCT)

Auteurs : Amélie Jouandet (ANCT), Victorien Bal (ANCT)

Suivi d'édition : Muriel Thoin (ANCT)

Mise en page : Victorien Bal (ANCT)

Contact presse : Kathleen André (Equancy), kathleen.andre@equancy.com

– Juin 2021

Sommaire

Introduction	4
I. Une concentration spatiale et temporelle des flux touristiques, qui génère des pressions sur l'environnement et les résidents, et interroge les stratégies de développement touristique	5
Une concentration du développement touristique sur des territoires étroits, malgré de nombreux atouts pour une répartition plus équilibrée des flux.....	5
Une saisonnalité des flux qui amplifie l'effet de concentration spatiale et démontre la nécessité de leviers promotionnels et commerciaux pour mieux les répartir dans le temps	6
Conquérir de nouvelles clientèles, un levier pour déconcentrer la fréquentation touristique	7
II. Favoriser l'émergence de nouveaux pôles touristiques pour une meilleure répartition des flux – Exemples régionaux	8
Illustrations : les régions Auvergne-Rhône-Alpes, Bourgogne-Franche-Comté et Occitanie	8
En région Auvergne-Rhône-Alpes, de fortes disparités de mise en tourisme entre l'est et l'ouest.....	9
En région Bourgogne-Franche-Comté, une répartition des commerces et restaurants conforme à la localisation des capacités d'hébergement mais amputée d'une faible accessibilité.....	11
En région Occitanie, un maillage resserré du réseau aérien mais des territoires intérieurs dont l'accessibilité peut être renforcée	14
III. Focus sur 7 territoires présentant un potentiel de pôle touristique et pouvant permettre une meilleure répartition des flux dans l'espace et dans le temps	17
Des profils de territoires diversifiés, présentant des caractéristiques universalisables pouvant servir de modèle pour d'autres territoires les territoires fragiles	17
Des territoires qui présentent des niveaux de maturité hétérogènes quant aux enjeux liés à la mise en tourisme	19
Quels enjeux prioritaires pour soutenir l'émergence de nouveaux pôles touristiques ?	21
IV. Comment l'ANCT peut-elle accompagner la déconcentration des flux touristiques ?	23
Doctrine d'intervention sur le tourisme durable et la cohésion des territoires	23
Périmètre d'intervention.....	23
Positionnement.....	24
Gouvernance et modalités d'intervention.....	24
Conclusion	25

Introduction



Présentation de l'étude

Après une analyse macroéconomique¹ des dynamiques territoriales à l'échelle de la France et des 13 régions métropolitaines, cette publication évoque comment favoriser l'émergence de nouveaux pôles touristiques pour créer une meilleure répartition des flux. Un focus² porte ensuite sur 7 territoires pouvant constituer des pôles touristiques émergents avant que soit présenté la forme que pourrait prendre un accompagnement de l'ANCT auprès des territoires.

Les principaux constats

Indépendamment de l'impact économique de la crise sanitaire sur les perspectives du secteur et ses filières, le tourisme français se caractérise par sa croissance continue et son nombre record de visiteurs internationaux. La France était en 2018 la première destination mondiale avec 89,4 millions de visiteurs étrangers, un secteur générant des recettes estimées à 56,2 milliards d'euros. La clientèle internationale ne représente cependant que 32 % des séjours touristiques, la majorité de la fréquentation étant française.

Ces bons résultats masquent cependant de nombreux défis structurels, illustrés par une répartition inégale des flux touristiques dans l'espace et dans le temps. Les potentiels de développement auprès des clientèles françaises ont toutefois pu être révélés à l'été 2020, à l'occasion de la crise sanitaire et des mesures de restrictions de la mobilité internationale.

Favoriser une déconcentration des flux touristiques dans l'espace et dans le temps passe par l'émergence de nouveaux pôles touristiques. A ce titre l'étude a visé notamment à identifier des territoires présentant un capital touristique, c'est-à-dire des atouts pour le développement d'une offre touristique – si possible désaisonnalisée –, mais souffrant de difficultés structurelles pour leur mise en tourisme.

L'illustration par des cas d'études

Cette analyse, effectuée à l'échelle des 13 régions métropolitaines, a permis d'identifier un échantillon de 7 continuums, illustrant une diversité de contextes territoriaux, des niveaux de maturité hétérogènes en matière de développement touristique et présentant des caractéristiques susceptibles de participer à une déconcentration des flux touristiques. A partir de ces continuums ont été constitués des profils-types de territoires, dont les principales caractéristiques ont permis de mener une réflexion globale pour des territoires comparables ou pouvant être confrontés à des problématiques similaires³.

¹ Réalisée à partir d'une revue de littérature et d'une étude des leviers pour mieux répartir les flux touristiques dans les territoires et dans le temps.

² Réalisé à partir d'analyses de données, d'entretiens et de groupes de travail conduits auprès des acteurs institutionnels et professionnels du tourisme locaux.

³ Précaution méthodologique : ces profils et les caractéristiques présentées résultent de 7 entretiens par territoire et n'ont donc pas vocation à être exhaustifs mais à retranscrire la vision des acteurs locaux du tourisme.

I. Une concentration spatiale et temporelle des flux touristiques, qui génère des pressions sur l'environnement et les résidents, et interroge les stratégies de développement touristiques

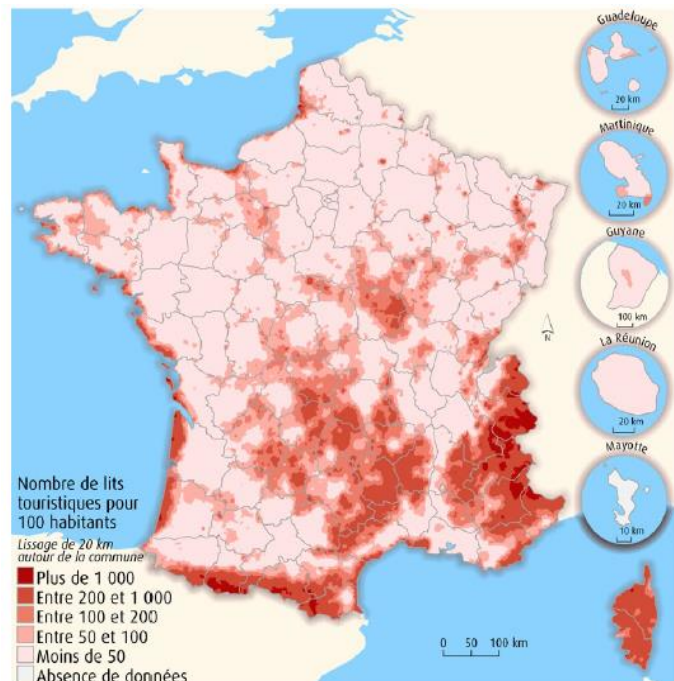
Une concentration du développement touristique sur des territoires étroits, malgré de nombreux atouts pour une répartition plus équilibrée des flux

Au niveau national, la concentration de l'activité touristique dans l'espace se traduit par une répartition inégale des hébergements marchands et de la fréquentation touristique. Le littoral, qui ne représente que 4% du territoire français, concentre 32% de la fréquentation en 2017⁴.

La France dispose cependant de nombreux atouts pour accompagner la répartition des flux dans l'espace, que ce soit à travers le développement de pratiques touristiques émergentes ou le renouvellement de l'offre. Pour cela, elle peut s'appuyer sur un capital touristique diversifié réunissant l'ensemble des éléments nécessaires au développement d'un tourisme expérientiel (richesse du patrimoine gastronomique, culturel et industriel) et d'itinérance

Figure 1 - Taux de fonction touristique en 2016

Source : Ministère de l'Environnement, de l'énergie et de la mer, en charge des relations internationales sur le climat (2017), La fonction touristique des territoires : facteur de pression ou de préservation de l'environnement ?



⁴ DGE (2018), Memento du Tourisme.

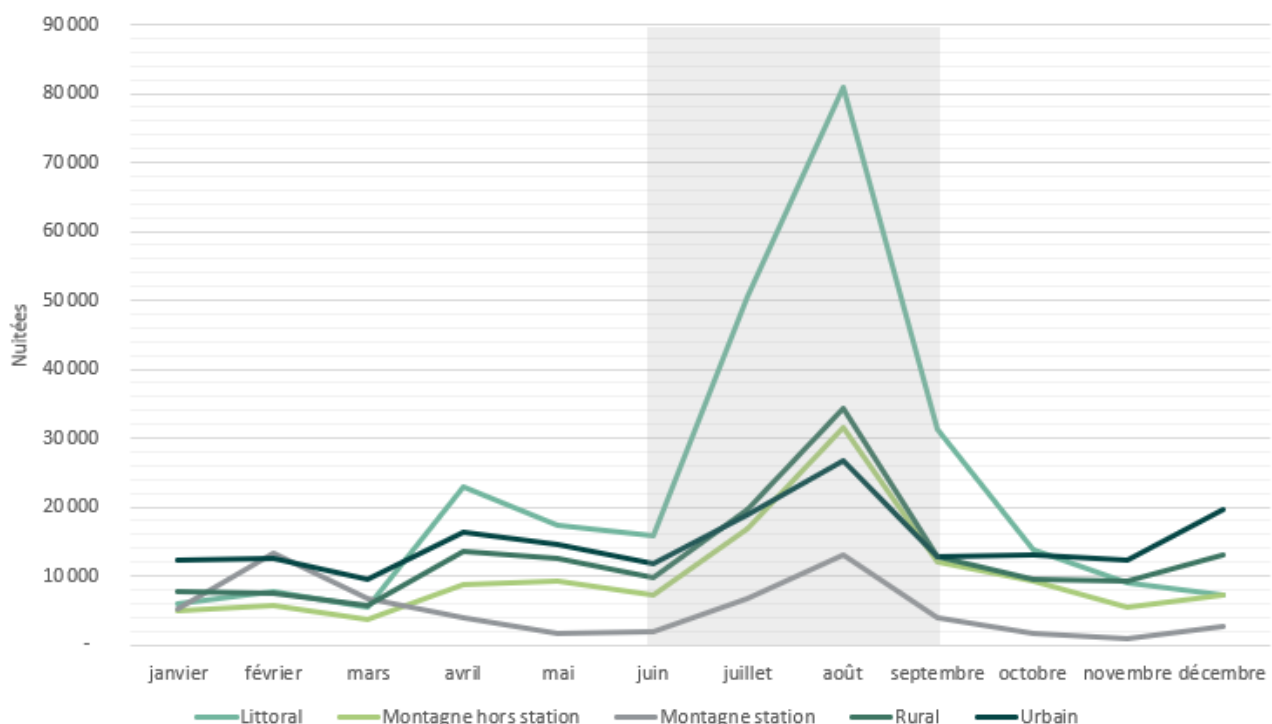
Enfin, de nouvelles opportunités se font jour pour mieux répartir les flux dans l'espace grâce :

- au renouvellement de l'offre, à travers notamment le développement du tourisme culturel et la structuration de nouvelles offres expérientielles. La culture apparaît ainsi comme un déclencheur de séjours ;
- au développement d'un nouveau rapport au territoire, à travers une diffusion des flux par thématique et un renouvellement de la notion de dépaysement grâce au tourisme de proximité ;
- à l'apparition de nouvelles aspirations sociales. L'authenticité est effectivement l'un des principaux facteurs d'attractivité des destinations touristiques ;
- à la régulation, pour limiter la fréquentation de sites touristiques sensibles et entraîner un report des flux sur des sites secondaires. Celle-ci peut être réglementaire ou incitative.

Une saisonnalité des flux qui amplifie l'effet de concentration spatiale et démontre la nécessité de leviers promotionnels et commerciaux pour mieux les répartir dans le temps

Les séjours touristiques des Français en métropole sont essentiellement concentrés sur les mois d'été. Ainsi, 53 % des nuitées touristiques et 64 % des nuitées marchandes ont lieu entre juin et septembre.

Figure 2 - Evolution des nuitées françaises dans l'année par type de territoire



Source : DGE (2016), Les 4 saisons du tourisme des Français : une moindre concentration géographique en demi-saison, retraitement SCET

Cette concentration des flux en saison s'explique notamment par des facteurs socio-professionnels. L'âge, la situation professionnelle, la composition familiale du foyer et le niveau de revenu vont ainsi influencer sur la saisonnalité des séjours.

Cependant, cette concentration des flux entraîne de nombreuses externalités négatives en termes de dimensionnement des infrastructures ou de précarité de l'emploi par exemple. L'emploi saisonnier, indispensable à l'activité touristique, représente également un enjeu économique majeur. Une meilleure répartition des séjours dans le temps permettrait donc de mieux répartir les flux dans l'espace et d'alléger la pression accrue sur les territoires. Il existe pour cela plusieurs leviers de désaisonnalisation de l'offre :

- développer la basse saison, grâce au tourisme évènementiel ;
- développer l'intersaison, en assurant une continuité du service touristique ;
- mieux gérer la saison en relocalisant certaines activités au sein du territoire, pour anticiper le réchauffement climatique par exemple ;
- influencer, de façon indirecte, la prise de décision des touristes (théorie du Nudge) ;
- influencer la prise de décision initiale des touristes via l'instauration d'une taxe dont le montant varie selon la saison.

Conquérir de nouvelles clientèles, un levier pour déconcentrer la fréquentation touristique

Si la France est la première destination touristique mondiale avec 89 millions d'arrivées internationales en 2018, les touristes étrangers ne représentent cependant qu'un tiers des voyages effectués. La clientèle française représente donc un réservoir important (68%)⁵ qui peut pallier l'absence de touristes étrangers comme lors de l'été 2020 du fait des restrictions de circulation imposées par l'épidémie de coronavirus.

Certains segments de clientèles présentent par ailleurs des caractéristiques intéressantes pour développer la fréquentation dans une logique d'étalement des flux dans le temps et dans l'espace :

- les seniors, une clientèle qui a tendance à davantage favoriser les séjours en France (88 %) et à voyager plus fréquemment en ailes de saison⁶. Le tourisme des seniors a par ailleurs fortement progressé (+15% entre 2008 et 2014) sous l'effet d'un vieillissement de la population et d'un taux de départ élevé jusqu'à 80 ans⁷ ;
- le tourisme social. Les villages de vacances étant ouverts en moyenne 225 jours/an⁸, ils contribuent à la lutte contre la concentration touristique.

Mieux répartir les flux dans l'espace et dans le temps peut donc également signifier agir sur la structure de clientèles afin de cibler des populations ayant davantage tendance à voyager hors saison et à privilégier des territoires moins fréquentés.

⁵ DGE (2018), Memento.

⁶ Dans le jargon des professionnels du tourisme, les « ailes de saison » désignent les deux périodes encadrant juillet et août, les deux mois de l'année où l'activité touristique est à son plus haut. On parle aussi d'avant et d'après-saison pour évoquer ces mois de juin et de septembre. (Le Parisien, 7 avril 2017)

⁷ DGE (2016), *Les seniors français : un segment touristique porteur de croissance*.

⁸ Atout France (2016), *Les valeurs ajoutées du tourisme social et solidaire*.

II. Favoriser l'émergence de nouveaux pôles touristiques pour une meilleure répartition des flux

Repères méthodologiques

La méthodologie multicritère employée à l'échelle des 13 régions métropolitaines pour identifier les communes dotées du capital touristique le plus important et souffrant de difficultés structurelles de mise en tourisme repose sur une double analyse qualitative et quantitative.

Une analyse qualitative : pour chaque région, des entretiens ont été réalisés avec des acteurs touristiques. Une revue documentaire des Schémas régionaux de développement du tourisme et des loisirs (SRDTL) et des documents fournis par les interlocuteurs a également été effectuée.

Une analyse quantitative :

- Afin de qualifier le potentiel touristique des territoires, une analyse multicritère a été réalisée à l'échelon communal, à partir de bases de données⁹ couvrant les 35 000 communes françaises. Elle a ainsi permis, pour chaque région, d'identifier les communes dotées de l'offre touristique la plus riche et diversifiée. Les critères suivants ont été étudiés :
 - le capital naturel : présence d'un massif montagneux, du littoral, d'un point d'eau, d'un Parc naturel régional (PNR) ou d'une forêt ;
 - le capital culturel : présence de musées, sites inscrits et classés « monuments de France » et festivals, afin de prendre en compte la dimension patrimoniale et événementielle à la fois ;
 - le capital gastronomique : présence d'Appellations d'origine contrôlées ou protégées (AOC/AOP).
- Afin de prioriser les territoires rencontrant le plus de défis dans leur mise en tourisme, les critères suivants ont été étudiés :
 - l'accessibilité : dessertes ferroviaires régulières, gares TGV, liaisons interrégionales / radiales / infrarégionales, présence d'aéroports ou de ports ;
 - l'hébergement : nombre d'unités d'hébergements (hôtelier et de plein-air) pour 100 habitants et leur taux d'occupation théorique, évolution des locations saisonnières et leur taux d'occupation réel, nombre de résidences secondaires et présence ou non du label Qualité Tourisme ;
 - les commerces et restaurants : densité d'équipements pour 100 000 habitants.

Sur cette base méthodologique, les communes à fort potentiel touristique ont ensuite été regroupées par ensembles communaux, afin d'identifier des « grappes » de communes ou continuums territoriaux. En effet, des continuums territoriaux sont davantage susceptibles de favoriser l'émergence d'une offre touristique structurée et attractive, qu'une commune isolée sans autres sites touristiques aux alentours. Cette analyse a permis d'identifier pour chacune des 13 régions les 3 ou 4 continuums territoriaux présentant le potentiel touristique le plus important et de le mettre en perspective avec leur degré de mise en tourisme, afin d'identifier les territoires rencontrant le plus de difficultés.

Illustrations dans les régions Auvergne-Rhône-Alpes, Bourgogne-Franche-Comté et Occitanie

Le constat est le même pour les entreprises de l'ESS que pour celles dites « classiques » : Dans une certaine mesure, toutes les régions de France métropolitaines sont confrontées aux mêmes problématiques mais pas forcément dans les mêmes proportions. Les principaux freins pour le développement touristique

⁹ Les données utilisées proviennent de : Corine Land Cover, Cerema et FPNR pour le capital naturel ; Ministère de la Culture pour le capital culturel ; Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation pour le capital gastronomique ; ARAFER, UAF, Observatoire national de la mer et du littoral pour l'accessibilité ; CST, Insee et AirDNA pour l'hébergement ; base permanente des équipements (Insee) pour les commerces et restaurants.

présentés dans cette partie sont :

- **l'accessibilité** : c'est une problématique commune à toutes les zones de montagne. La seule manière possible d'accéder à ce type de communes est d'avoir un véhicule personnel à disposition, l'accès étant généralement impossible en train. Si les touristes ont de la chance, ils peuvent prendre un bus mais sinon, il leur faut louer une voiture ;
- **l'hébergement** : les graphiques des locations saisonnières illustrent le développement de l'offre en AirBNB par rapport à l'offre hôtelière. Cette offre, qui se concentre le plus souvent dans les principales villes de la région, est à double tranchant : certains acteurs du tourisme affirment que ce mode d'hébergement a un effet d'éviction sur le marché locatif¹⁰ ou conduit à une hausse des prix de l'immobilier et donc des loyers quand d'autres disent que cela permet aux territoires de palier un manque d'offres hôtelières. C'est aussi un réflexe pour certains voyageurs, notamment étrangers, de passer par Air BNB plutôt que par des chambres d'hôtes, qu'ils connaissent forcément moins ;
- **les équipements (commerces et restaurants)**.

Les régions Auvergne-Rhône-Alpes, Bourgogne-Franche-Comté et Occitanie ont été sélectionnées pour illustrer chacune des 3 problématiques liées à la mise en tourisme : accessibilité, équipements (commerces et restaurants) et hébergements. Après une brève présentation du capital touristique (culturel, gastronomique et naturel), les besoins de mise en tourisme seront identifiés pour déterminer les territoires qui ont le plus besoin d'aide, d'accompagnement. L'étude menée la SCET s'étant principalement attardée sur la première région, les 2 dernières seront donc moins riches en informations mais pas moins intéressantes à inspecter pour autant.

En région Auvergne-Rhône-Alpes, de fortes disparités de mise en tourisme entre l'est et l'ouest

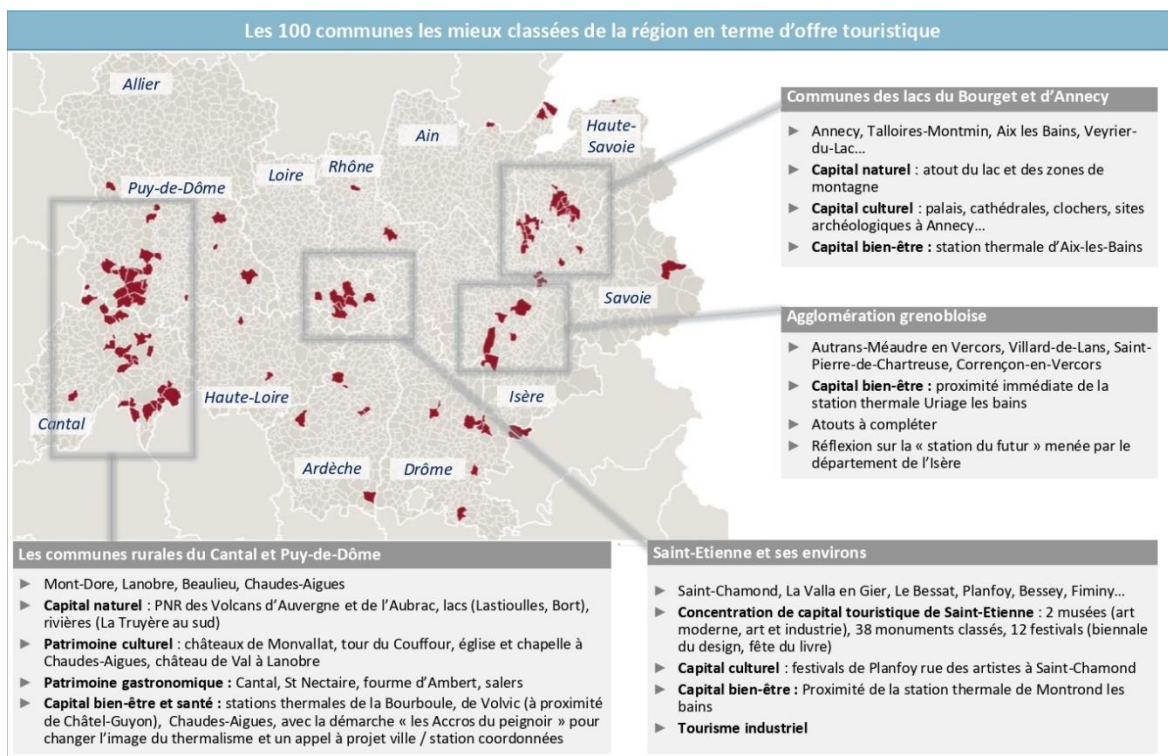
L'offre touristique potentielle

La région Auvergne-Rhône-Alpes peut capitaliser sur un patrimoine naturel et gastronomique particulièrement riche dans le Cantal et le Puy-de-Dôme, propice à l'émergence de nouveaux pôles touristiques. La mise en tourisme de ces espaces est cependant limitée par une accessibilité, une sous-densité d'hébergements hôteliers et une densité commerciale faible.

S'agissant du capital touristique, l'Auvergne se détache par un patrimoine naturel, culturel et gastronomique plus homogène et diffus sur le territoire, là où il est davantage concentré dans des métropoles, villes ou stations de montagne en ex-Rhône Alpes. L'Auvergne peut ainsi se prévaloir de la présence du Massif central, de plusieurs PNR, et surtout d'un patrimoine volcanique émaillant l'ensemble du territoire. D'autre part, le capital gastronomique et œnologique riche se concentre principalement sur le Puy-de-Dôme et le Cantal. Le capital culturel de la région apparaît par ailleurs plus riche et diffus en Auvergne¹¹.

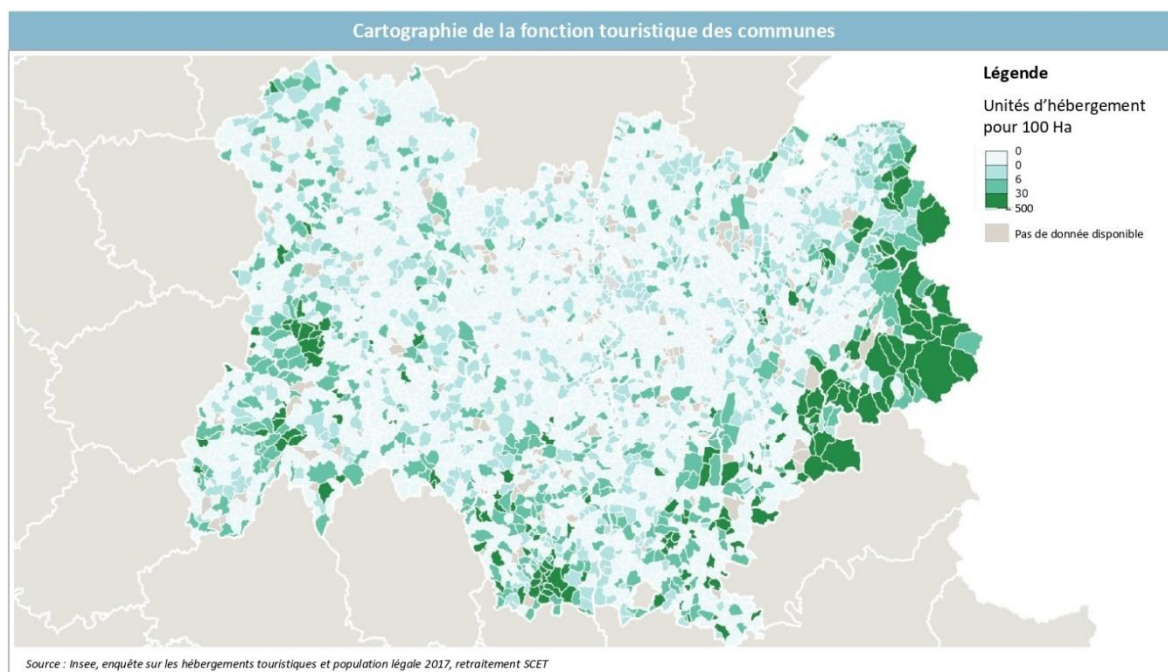
¹⁰ Certains logements pourraient être loués à l'année plutôt qu'être mis en location saisonnière. Des dispositifs ont été mis en place pour réguler cette pratique.

¹¹ Retraitement SCET.



Les besoins de mise en tourisme

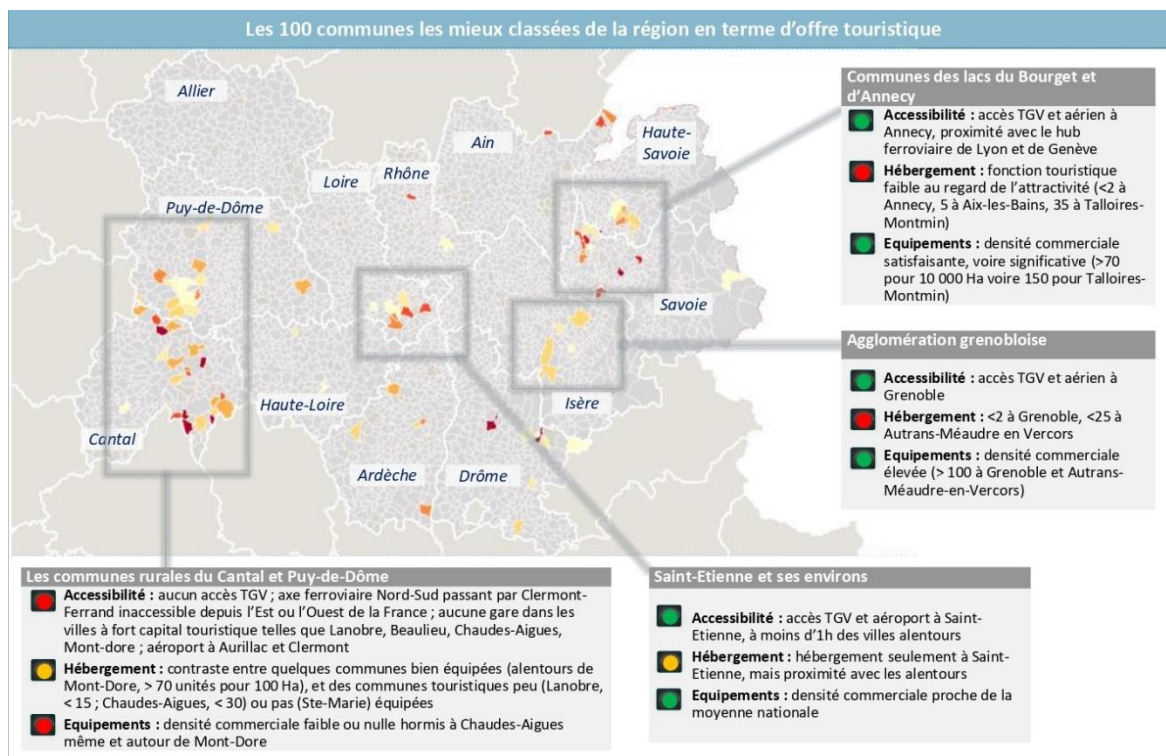
Le territoire est confronté à une forte hétérogénéité des flux touristiques dans l'espace, mais la répartition des flux dans le temps semble un sujet moins prioritaire pour les acteurs régionaux. L'activité touristique se concentre à plus de 80 % dans l'ex-région Rhône-Alpes, et est réduite à la portion congrue dans l'ex-région Auvergne. A l'échelle départementale, 30 % de la fréquentation a ainsi lieu dans les départements de Savoie contre 5 % dans le Cantal, générant ainsi d'importantes disparités territoriales. La concentration des flux dans le temps apparaît quant à elle comme moins prioritaire, du fait d'un développement touristique fort en hiver et en été : l'Auvergne-Rhône-Alpes est la première région européenne pour les sports d'hiver, et deux tiers des nuitées se font sinon en été¹². Le développement du tourisme dans les ailes de saison pourrait néanmoins constituer un axe de travail.



¹² Entretiens avec le CRT et la Région Auvergne-Rhône-Alpes.

La diffusion des flux touristique en Auvergne est cependant entravée par une accessibilité ferroviaire faible ainsi que des disparités en termes d'équipements d'hébergement, de restauration et de commerce.

L'accessibilité est en effet polarisée par Lyon, hub ferroviaire et aérien, l'Auvergne étant dépourvue d'accès TGV. La fonction touristique est quant à elle élevée dans les Alpes mais très faible dans le centre et le nord de la région. Enfin, si la densité en termes de commerces et de restaurants est supérieure à la moyenne régionale, elle masque des disparités importantes entre l'Auvergne et l'ex-région Rhône-Alpes.¹³



Les axes d'amélioration

Le Cantal et le Puy-de-Dôme possèdent donc un capital touristique diversifié dont la mise en tourisme est confrontée à des difficultés structurelles. Le continuum de communes de Lanobre, Beaulieu et Chaudes-Aigues apparaît ainsi comme porteur d'une cohérence touristique grâce à un capital naturel riche, un capital culturel développé et un capital gastronomique reconnu. Le territoire se distingue également par la présence de nombreuses stations thermales, une filière historiquement structurante pour la région.

Ce territoire est en revanche confronté à des difficultés structurelles de mise en tourisme à travers une accessibilité ferroviaire limitée, une densité commerciale faible ou nulle et un taux de fonction touristique contrasté. Les communes rurales présentent ainsi un potentiel touristique important dont le développement pourrait, à terme, permettre une meilleure répartition des flux touristiques ou un développement touristique ad hoc.

En région Bourgogne-Franche-Comté, la faible accessibilité ampute une répartition des commerces et restaurants conforme à la localisation des capacités d'hébergement

L'offre touristique potentielle

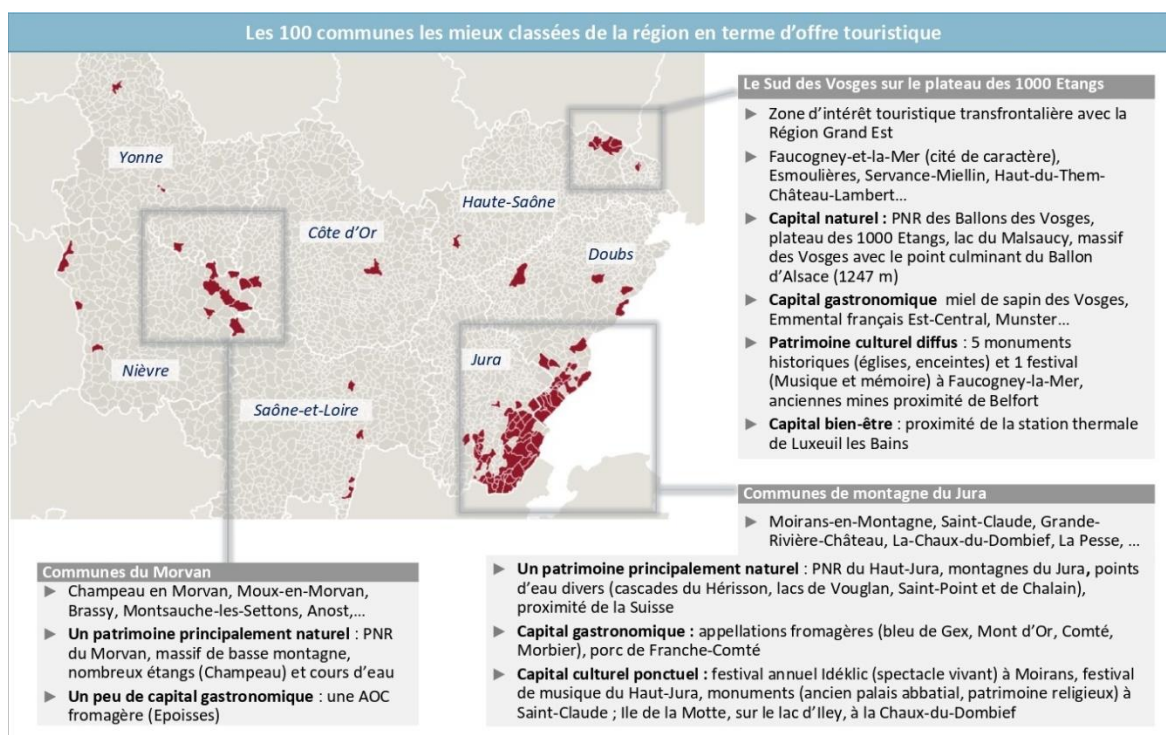
La Bourgogne-Franche-Comté est un territoire majoritairement rural, avec de nombreuses destinations en zone de montagne. Elle possède un capital culturel diffus avec une offre de festival plus dense, notamment le long de la Route des Vins. Selon le CRT, 20% des clientèles viennent en Bourgogne pour un séjour dédié au vin dont la durée

¹³ Ibid.

moyenne de voyage est estimée à 4,2 nuitées.

La région abrite aussi un patrimoine gastronomique extrêmement riche. On dénombre également de très nombreuses AOP et AOC par commune - parfois même jusqu'à 70 appellations sur une seule commune -, en particulier dans le domaine viticole (Bourgogne) mais aussi les produits laitiers (comté, etc.) et la pâte de moutarde.

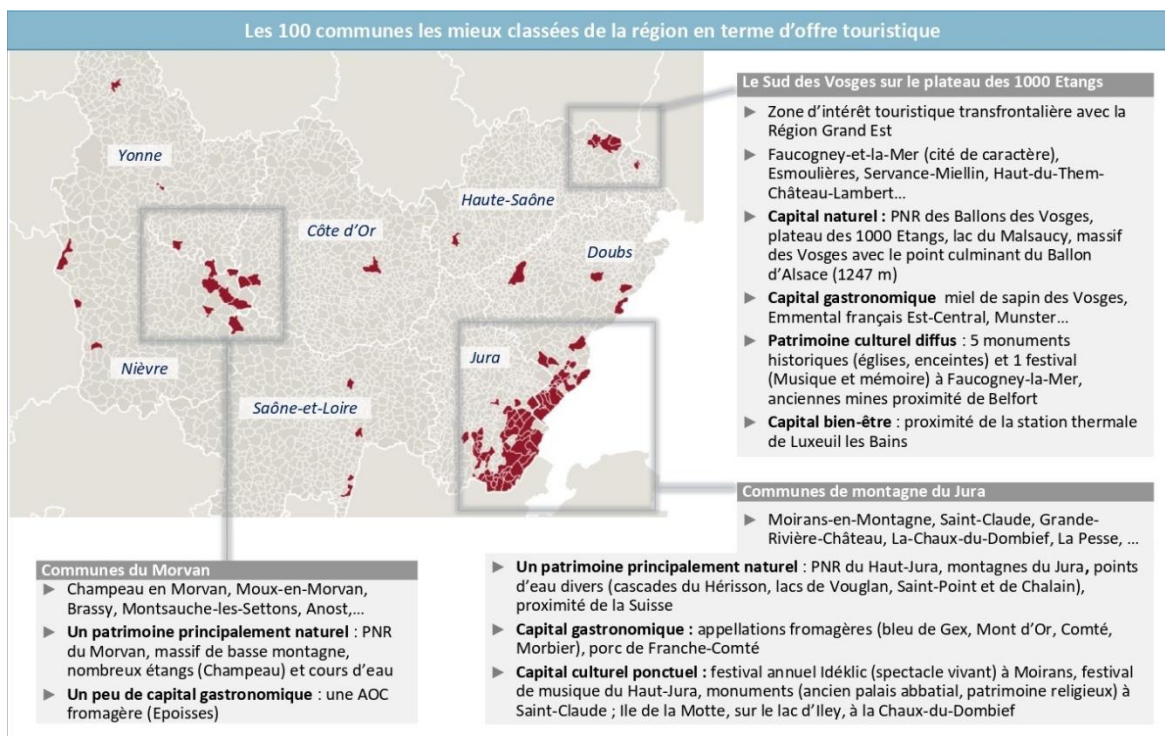
La gastronomie et l'œnotourisme sont donc des éléments différenciants. Les 3 Cités des Vins (Mâcon, Beaune et Chablis) et 1 Cité de la Gastronomie en construction (Dijon) en sont la preuve. A noter qu'une distinction doit être faite entre le vignoble bourguignon et le vignoble jurassien : le premier fonde la notoriété française et internationale de la marque Bourgogne quand la mise en tourisme du second reste à développer.



Les besoins de mise en tourisme

La région Bourgogne-Franche-Comté est plutôt bien desservie par les lignes ferroviaires à grande vitesse. On a 2 grands axes : un premier axe qui permet d'aller de Paris jusqu'au sud de la France, qui dessert notamment les gares de Dijon et du Creusot, et un second axe qui permet d'aller jusqu'en Suisse. A l'instar du Parc Naturel Régional (PNR) du Morvan, certains territoires sont assez peu desservis. Notamment à l'est de la région où il y a tout un réseau de petites gares mais qui ne sont pas des lignes TGV. En revanche, l'accessibilité aérienne laisse à désirer. Les aéroports de Dijon ou Auxerre, qui accueillent essentiellement des vols d'affaire et des vols sanitaires, ne sont pas pensés pour le tourisme. Or, le trafic aérien un point assez important pour l'accessibilité de la région.

La répartition des équipements (commerces et restaurants) regroupent cette localisation des capacités d'hébergement. Certes elle est peut-être moins cohérente que dans d'autres régions françaises mais globalement, là où les personnes dorment, elles mangent. A titre informatif, il existe 49 équipements pour 10 000 habitants dans la région Bourgogne-Franche-Comté. Une densité légèrement inférieure à la moyenne nationale, de l'ordre de 57 équipements pour 10 000 habitants.

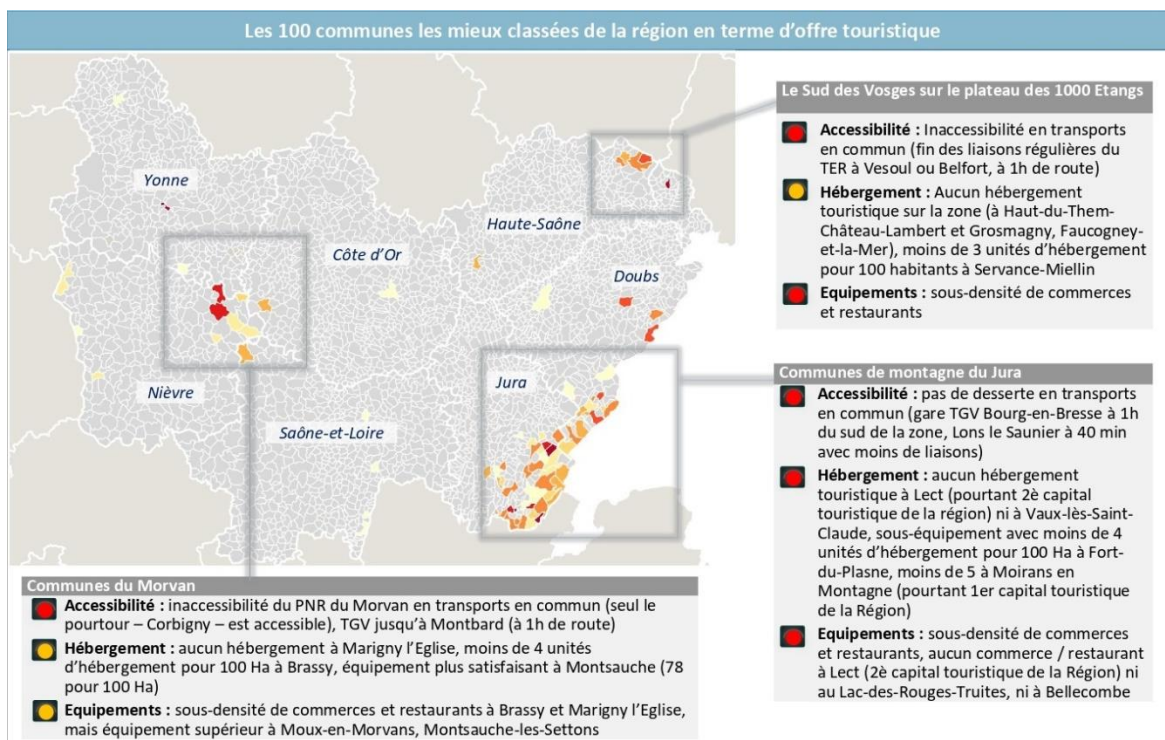


La densité des hébergements est forte au niveau du PNR du Morvan mais elle est encore plus importante au niveau des zones de montagnes du Haut Jura. Les capacités d'accueil hôtelières y sont majoritairement concentrées. Le peu d'hébergement au centre, sur l'axe Dijon – Chalons, fait écho à tout ce qui a pu être développé autour des vignobles. Au même titre que l'œnotourisme, l'hébergement est un axe de travail important en termes de stratégie de la région Bourgogne-Franche-Comté. Celle-ci regorge de chambres d'hôtes : des petites structures privées qu'il est difficile de moderniser, de rénover et de mettre aux normes ces établissements. Il est important de préciser que des critères d'éco-conditionnalité¹⁴ existent en région Bourgogne-Franche-Comté : l'hébergement doit répondre à certaines normes énergétiques. Lorsque la SCET a réalisé ses entretiens et rédigé son support d'étude, elle était la seule région à avoir ce type de critères pour les chambres d'hôtes. Dans l'idée d'adapter son offre au besoin des touristes, la région va donc mettre en place un certain nombre d'aides et de subventions à partir de projets d'hébergement.

Les axes d'amélioration

Les territoires de la Nièvre et du Morvan se caractérisent par une prépondérance des destinations de montagne : PNR du Morvan, massif de basse montagne, nombreux étangs (Champeau) et cours d'eau. Le principal frein se situe au niveau de l'accessibilité : le PNR du Morvan est inaccessible en transports en commun et la gare TGV la plus proche se situe à Montbard, à environ 1h de route. On recense également une sous densité des équipements (commerces et restaurants) dans les communes de Brassy, Marigny l'Eglise, Moux-en-Morvan et Montsauche-les-Settons.

¹⁴ Les critères d'éco-conditionnalité visent à améliorer la qualité des projets financés sur le plan du développement durable, mais également à faire réaliser des économies de fonctionnement par les maîtres d'ouvrage grâce à une meilleure conception de leurs projets (notion de coût global). Les porteurs de projet sont invités à s'appuyer sur les différents labels, certifications et normes définies au niveau du territoire, pour justifier de l'engagement de leur projet dans une démarche écoresponsable, respectueuse des milieux et de la biodiversité.



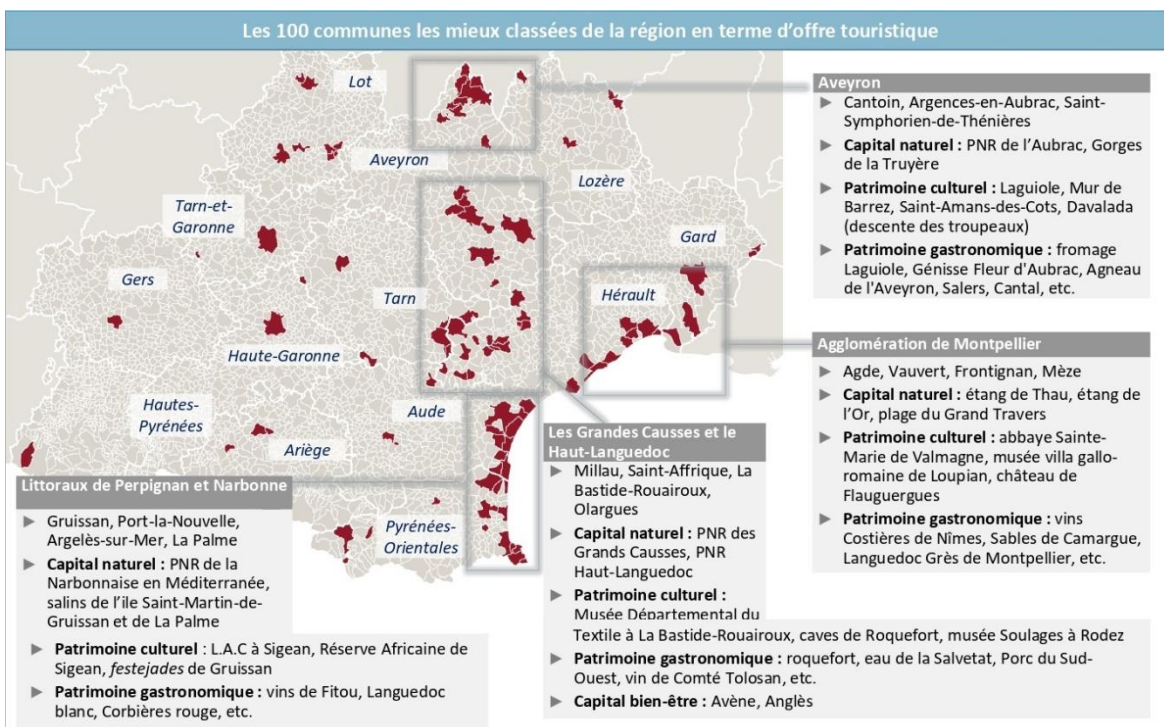
En région Occitanie, un maillage resserré du réseau aérien mais des territoires intérieurs dont l'accessibilité peut être renforcée

L'offre touristique potentielle

Tous les types de destinations sont représentés au sein de la grande région Occitanie. Première région de France en termes de surface couverte par des PNR et des zones Natura 2000, son capital naturel repose principalement sur les 4 massifs montagneux.

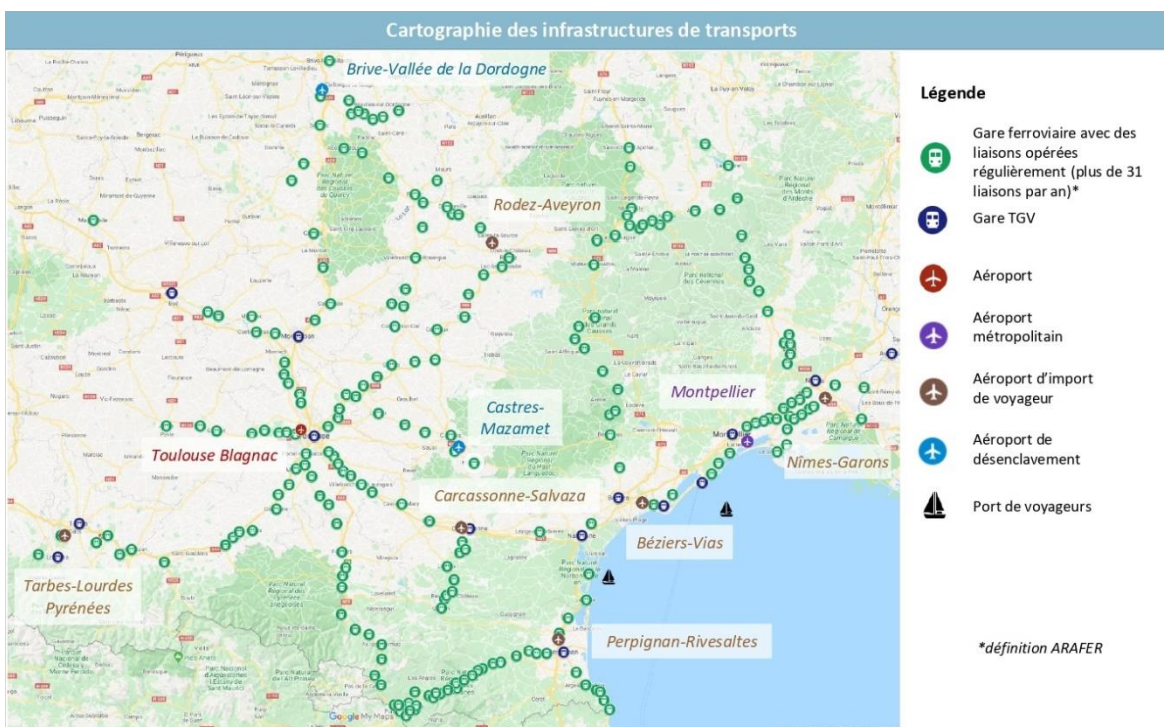
Le capital gastronomique est majoritaire. En effet, la région ne compte pas moins de 45 chefs étoilés Michelin et les appellations sont plutôt centrées sur le littoral et le département du Gers.

Des projets culturels (Murena, musée de la Romanité à Nîmes) et de tourisme d'affaires (Parc expo de Toulouse) se développent, particulièrement dans les agglomérations (Carcassonne, Montpellier).



Les besoins de mise en tourisme

L'Occitanie est une région relativement accessible. Ce constat est à mettre en relation avec la stratégie adoptée par le CRTE Occitanie qui ambitionne de développer le tourisme durable et d'étaler ses flux de façon géographique. Auparavant, la SCET avait déjà travaillé sur l'Évaluation des externalités générées par les mobilités touristiques pour le compte de l'Agence de la transition écologique (ADEME). Une étude qui portait sur 3 régions pilote, dont l'Occitanie. Des éléments complémentaires sur la structuration régionale des mobilités sont consultables en ligne.¹⁵



¹⁵ DIAMANT C., DUGAST C., NGUYEN B-T., SORRE J., ADEME, SCET. Evaluation des externalités générées par les mobilités touristiques en France à l'horizon 2030. 2020. <<https://bibliothèque.ademe.fr/mobilite-et-transport/4014-evaluation-des-externalites-geneeres-par-les-mobilites-touristiques-en-france-a-l-horizon-2030.html>>

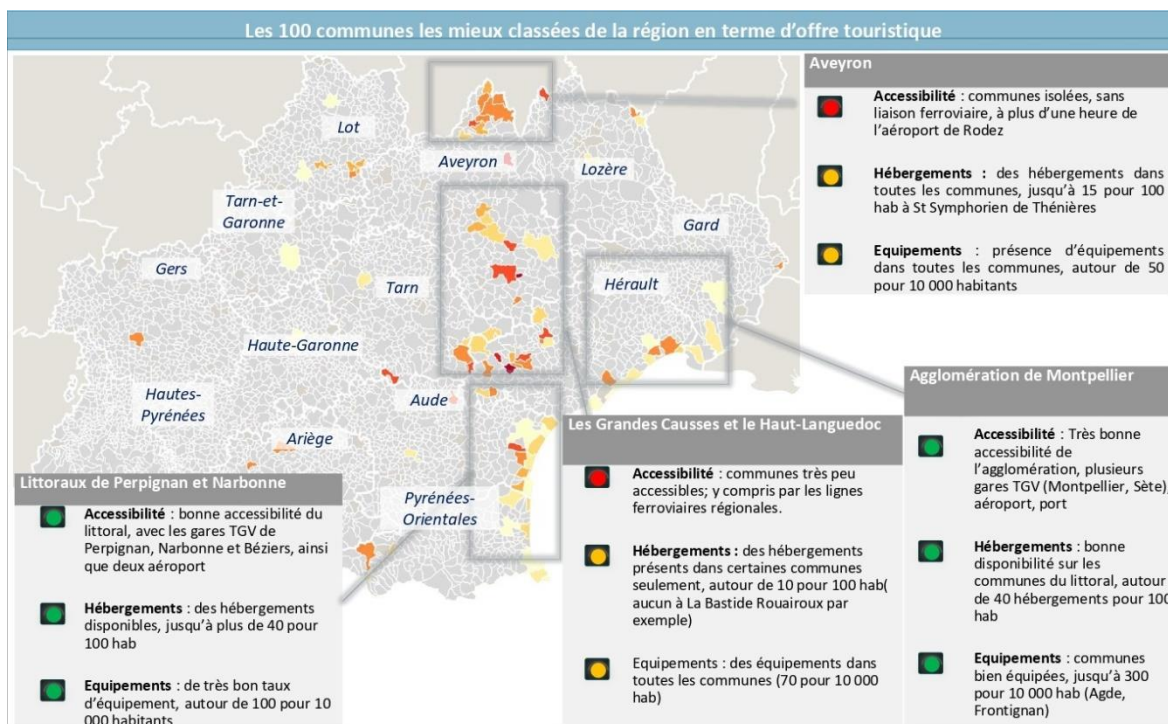
L'accessibilité par voie aérienne y est relativement bonne, qu'elle soit nationale ou internationale, grâce notamment à un maillage aéroportuaire resserré avec pas moins de 10 aéroports. L'aéroport de Toulouse-Blagnac, qui accueille environ 10 millions de touristes par an, est un point d'entrée important pour le territoire. En effet, il propose des liaisons à la fois radiales et transversales à destination de Lyon, Lille, Nice, Nantes et Strasbourg.

En revanche, dès que l'on sort des grandes villes pour aller vers des territoires plus ruraux, la situation est plus compliquée. L'Occitanie compte 77 liaisons LGV¹⁶ entre ces gares et celles du territoire national. Cela peut sembler beaucoup mais seulement 2% de son réseau ferroviaire est de type TGV. Il s'agit donc d'un véritable axe de travail pour la région.

Les axes d'amélioration

L'Occitanie reste un territoire qui est globalement assez bien développé, notamment sur le littoral. Cela se confirme d'autant plus le capital touristique et les besoins de mise en tourisme, inégale sur le territoire, sont mis en perspective. L'étude réalisée par la SCET s'est ensuite principalement concentré sur les villes de Perpignan, de Narbonne et de l'arrière-pays.

Seule l'offre des territoires intérieurs est peut-être à développer. Les communes des Grandes Causses et du Haut Languedoc, comme celles de l'Aveyron, sont effectivement très peu accessibles ; y compris par les lignes ferroviaires régionales.



¹⁶ Une liaison de chemin de fer est un chemin parcouru par des trains entre 2 gares ferroviaires. Le service offert aux voyageurs est constitué d'une ou plusieurs « liaisons » qui leur permettent de se rendre d'une gare d'origine A à une gare de destination B sans changer de train, le train pouvant le cas échéant opérer des arrêts intermédiaires entre A et B. Par exemple, un service TGV ayant pour origine la gare de Paris Gare de Lyon et pour terminus Lyon Part-Dieu, avec un arrêt intermédiaire à Mâcon-Loché TGV offre trois liaisons aux voyageurs : Paris-Lyon, Paris-Mâcon et Mâcon-Lyon.

III. Focus sur 7 territoires présentant un potentiel de pôle touristique et pouvant permettre une meilleure répartition des flux dans l'espace et dans le temps

Des profils de territoires diversifiés et présentant des caractéristiques universalisables

Repères méthodologiques

Sur la base d'une double analyse à l'échelle des 13 régions métropolitaines, les communes à fort potentiel touristique ont ensuite été regroupées par ensembles communaux, afin d'identifier des « grappes » de communes ou continuums territoriaux.

En effet, des continuums territoriaux sont davantage susceptibles de favoriser l'émergence d'une offre touristique structurée et attractive, qu'une commune isolée sans autres sites touristiques aux alentours.

Cette analyse qualitative et quantitative a permis d'identifier pour chaque région les 3 ou 4 continuums territoriaux présentant le potentiel touristique le plus important et de le mettre en perspective avec leur degré de mise en tourisme, afin d'identifier les territoires rencontrant le plus de difficultés.

→ Radar positionnant chaque territoire sur les enjeux de développement touristique sur la base des bonnes pratiques

→ 10 thématiques explorées

- Secteurs : structuration d'offre, hébergement, environnement, mobilité
- Transverse : gouvernance, promotion, innovation numérique, financement
- Exogène : investisseurs externes, nouvelles clientèles

Profil de territoire	Continuums identifiés	Territoires présentant une ou plusieurs caractéristiques	Caractéristiques aussi présentes sur d'autres territoires
Territoires ruraux	Cantal & Puy-de-Dôme Corrèze & Creuse Morvan & Nièvre	Patrimoine naturel distinctif ¹⁷ Attractivité résidentielle faible qui nuit à l'implantation de professionnels sur le territoire Marque et/ou identité emblématiques ¹⁸ Filière plein-air et activités de pleine nature développée ou en projet	→ Tourbières du massif vosgien → Lorraine → Vallée de la gastronomie → Limousin
Territoires littoraux	Brest & Armorique	Métropole qui se structure comme porte d'entrée et destination de <i>city break</i> Cadre naturel remarquable ¹⁹ Filière forte : le nautisme	→ Rouen & Estuaire de Seine → Estuaire de la Loire & Pornic → Bordeaux & Estuaire de la Gironde
Territoires à proximité de pôles urbains	Compiègne & Chantilly Perpignan & Narbonne	Patrimoine culturel distinctif ²⁰ Proximité avec une métropole Concentration de marques touristiques à forte renommée ²¹ Présence de villes moyennes sur le territoire	→ Anjou → Sud du Gâtinais → Vallée de la Dordogne → Avesnois
Territoires insulaires	Cap Corse	Capital naturel marqué par l'association mer-montagne Centre urbain, économique et touristique ²² Environnement très protégé (à 70%) et préservé	→ Perpignan & Narbonne → Cherbourg & le Cotentin → Morvan & Nièvre

¹⁷ Comme les 80 volcans de la Chaîne des Puys.

¹⁸ Comme l'Auvergne (Auvergne Nouveau Monde) ou le PNR du Morvan.

¹⁹ Comme la rade de Brest (2 zones Natura 2000).

²⁰ Comme les 3 sites patrimoniaux de Chantilly, Compiègne et Pierrefonds.

²¹ Comme Collioure, Argelès-sur-Mer, etc.

²² Comme Bastia.

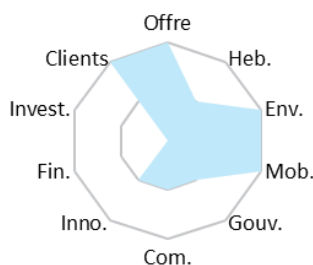
Des territoires qui présentent des niveaux de maturité hétérogènes quant aux enjeux liés à la mise en tourisme

Les 7 territoires pilotes présentent des profils diversifiés en termes de développement touristique, entre territoires matures aux initiatives importantes portant sur des thématiques variées, territoires avancés présentant de nombreuses initiatives sur quelques thématiques et territoires en phase d'amorçage concentrant leur travail sur un nombre limité de sujets.

Cette variété de contexte permet d'illustrer les enjeux et les besoins d'accompagnement différenciés des territoires. Cette analyse est fondée sur les bonnes pratiques exprimées par les acteurs locaux lors des entretiens et n'a donc pas vocation à l'exhaustivité.

Territoires matures :

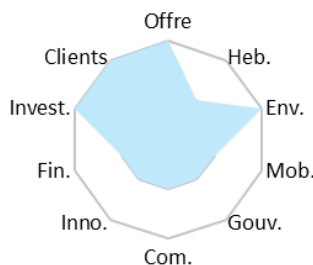
- **Le Cantal et le Puy-de-Dôme, en région Auvergne-Rhône-Alpes**



Territoires ruraux capitalisant sur leur patrimoine naturel pour proposer une offre différenciée, tournée vers la ruralité et l'écologie.

Ils accompagnent ainsi la création de nouvelles offres à l'image de Vulcania, de la Grande Traversée du Massif Central ou des offres « expérientielles décarbonées » proposées dans le PNR des Volcans d'Auvergne. Ils développent aussi de nombreuses actions en faveur du développement durable à travers, par exemple, la marque Valeurs Parcs et proposent des solutions de mobilités comme la mise en place de navettes en saison sur le Puy Mary pour décongestionner le site.

- **Le Cap Corse**

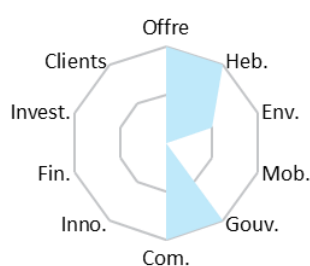


Territoire marqué par le couple mer / montagne, un environnement très protégé et son caractère insulaire. Il a inscrit son développement touristique au sein du Plan d'aménagement et de développement durable de la Corse (PADDUC) pour « garantir une gestion équitable et durable des ressources et des espaces insulaires ».

Des initiatives ont notamment été engagées afin de diversifier l'offre touristique avec le projet de créer via la Grande Traversée de Corse un produit de tourisme durable et d'envergure internationale, la mise en valeur urbaine de Bastia.

Territoires avancés :

- **La Corrèze et la Creuse**



Territoires ruraux, marqués par leur passé industriel et confrontés à un problème d'attractivité résidentielle, la Corrèze et la Creuse pensent le tourisme d'abord comme un levier de redynamisation du territoire.

De nombreuses actions ont donc été engagées afin de créer une nouvelle offre de tourisme industriel valorisant l'histoire du territoire et ses nombreux barrages à travers. Ce patrimoine a également permis l'instauration d'une nouvelle gouvernance touristique à travers le projet « I lac it » porté par EDF Hydro. Enfin, l'installation de nouveaux hébergements touristiques a été encouragée et une communication dynamique mise en place à travers la marque « Vallée de la Dordogne ».

Focus sur « I lac it »

Contexte : Les territoires et lacs sont porteurs d'un gros potentiel touristique, largement sous-exploité aujourd'hui. Le développement touristique pourrait alors passer par un rapprochement avec EDF, un acteur en interface avec une multiplicité d'acteurs et de professionnels du tourisme. D'autre part, les lacs sont des entités fédératrices réunissant souvent plusieurs collectivités (voire régions) et acteurs du tourisme.

Enjeux :

- Développer le tourisme de lac dans une démarche collaborative gagnante pour tous (au contraire d'autres opérateurs étrangers qui l'ont fait sans le territoire) ;
- Soutenir le développement d'hébergements et d'activités sur le lac (événementiel, activités de pleine nature, applications numériques de soutien...).

Solutions :

- Appel à projets (AAP) pour développer de nouvelles offres touristiques sur les territoires, avec un accompagnement de l'Incubateur interne EDF « la chocolaterie ». Déploiement sur les territoires tests du lac de Bort-les-Orgues (Corrèze) et Saint Etienne Cantalès (Cantal) ;
- Développement de méthodes de *design thinking* avec les acteurs territoriaux pour définir de nouvelles offres touristiques ;
- Organisation d'un événement « parlons tourisme » qui a réuni 130 personnes à Neuvic (au bord du lac), sur le modèle de l'animation « parlons énergie », avec des idées ;
- Création d'un collectif « D'eau ! » autour d'Argentat, avec les collectivités et acteurs de la société civile.

- **Le Morvan et la Nièvre, en région Bourgogne-Franche-Comté**



Territoire rural doté d'un patrimoine naturel remarquable et cherchant à se faire davantage connaître du grand public.

Le Morvan et la Nièvre ont donc décidé d'investir pour réhabiliter et moderniser les sites de visite tout en contractualisant des contrats de station dont des plans pluriannuels d'investissement. Un programme « Essayez la Nièvre » a également été lancé pour motiver l'installation résidentielle de familles et faciliter leur accès à l'emploi.

Focus sur le programme « Essayez la Nièvre »

Contexte : le secteur Nièvre / Morvan cherche à développer son attractivité résidentielle, comme levier et point de départ à la structuration commerciale, touristique et socio-économique du territoire.

Enjeux : pour faire connaître le territoire de la Nièvre auprès de nouveaux prospects, le programme « Essayez la Nièvre » a été lancé en 2020 dans le but de promouvoir le département auprès de 100 familles susceptibles d'y emménager en leur offrant une semaine de vacances.

Solutions : un appel à candidature a été lancé en juin 2020 auprès de familles vivant à l'extérieur du département puis 100 séjours ont été offerts aux personnes sélectionnées par un comité coordonné par l'Agence de développement touristique (ADT) de la Nièvre.

Chaque séjour avait une valeur de 500€ et ne comprenait que la prise en charge de l'hébergement.

- **Perpignan et Narbonne, en région Occitanie**



Marqué par la présence de marques touristiques fortes, ce territoire présente une grande diversité touristique avec une offre très riche sur le littoral.

Il cherche à développer son offre, notamment culturelle avec la création du musée Narbo Via (dédié à l'histoire antique de Narbonne) mais également avec la structuration de la filière du tourisme créatif. Des solutions ont également été mises en place pour répondre aux problématiques liées à la mobilité comme le TER à 1€.

Territoires en phase d'amorçage :

- **Brest**



Territoire littoral constituant la principale porte d'entrée sur l'Armorique.

A la suite à la décision de la Région Bretagne de revoir son organisation touristique en se fondant non plus sur des strates administratives mais sur des pays touristiques qui correspondent davantage aux attentes des visiteurs, les élus de la Métropole de Brest ont décidé de mutualiser les moyens en matière de développement touristique et de créer un Groupement d'Intérêt Touristique chargé notamment de l'élaboration d'une stratégie de développement touristique métropolitaine.

- **Compiègne et Chantilly**



Doté d'un riche patrimoine culturel et naturel, ce territoire correspond à un ensemble touristique cohérent mais le développement touristique reste limité par les frontières administratives des différentes collectivités.

Deux groupements de communes du territoire sont ainsi attributaires de l'AMI Tourisme de la Région Hauts-de-France qui vise à créer des regroupements de territoires afin de former des espaces de rayonnements touristiques qui dépassent les frontières administratives.

Quels enjeux prioritaires pour soutenir de nouveaux pôles touristiques ?

A la lumière des enjeux rencontrés par les 7 territoires pilotes et des travaux déjà entrepris, des axes de travail prioritaires apparaissent afin de favoriser l'émergence de nouveaux pôles touristiques. Parmi eux la structuration de nouvelles offres, la formation, la gouvernance et la désaisonnalisation des activités et services proposés.

Afin d'y répondre, les territoires pilotes ont proposé, lors d'une séance de travail, des solutions opérationnelles et répliquables.

Enjeux	Proposition	Territoire	Objectif	Méthode
Structuration de l'offre	Développer un panel d'activités touristiques par des speed sharing	Corrèze & Creuse	Créer des offres touristiques originales grâce à la mise en réseau ou rencontre de professionnels du tourisme aux profils complémentaires et compétences variées (hébergeurs, restaurateurs, gestionnaires d'activités de loisirs...)	Organiser des « speed sharing » pour favoriser la rencontre entre les acteurs, en B2B, pour un enrichissement réciproque des offres et la création de nouveaux partenariats
Formation	Repenser l'offre de formation pour soutenir la stratégie de développement touristique du territoire	Corrèze & Creuse	Créer de nouvelles formations initiales bi-qualifiantes ²³	Développer des cursus bi-qualifiants avec les organismes de formation locaux (lycée des métiers du bâtiment, lycée agricole, lycée forestier...) Partenaires potentiels : Région, Ministère de la Jeunesse et des Sports, Education Nationale pour évaluer les besoins.
Gouvernance	Créer un COPIL pour sensibiliser les acteurs (élus, prestataires) aux enjeux du développement touristique à une échelle supra-territoriale	Compiègne & Chantilly	Créer un espace de consommation touristique pertinent du point de vue des touristes et exister par rapport au pôle touristique parisien	Identifier un acteur pilote supra-territorial capable de dépasser les rivalités locales pour organiser un COPIL regroupant acteurs privés et publics en commissions thématiques
Saisonnalité	Prolonger la saison touristique en assurant un « service touristique minimum » toute l'année	Nièvre & Morvan	Développer la fréquentation touristique hors saison et mieux coordonner les acteurs touristiques entre eux tout au long de l'année	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place un outil partagé permettant d'organiser le partage d'informations à destination des publics locaux et touristiques. Un outil à renseigner par les acteurs publics et privés (hébergeurs, restaurateurs et sites de visite notamment)²⁴ • Constituer et animer un groupe de travail destiné à maintenir le lien entre les prestataires touristiques/ non touristiques, encourager les initiatives communes et développer de nouvelles offres. • L'objectif final est d'offrir a minima une continuité de service en hébergement-restauration pour des conditions de séjour satisfaisantes toute l'année

²³ Exemple : sports de pleine nature / métiers de l'agriculture) pour soutenir la création d'offres touristiques innovantes.

IV. Comment l'ANCT peut-elle accompagner la déconcentration des flux touristiques ?

Doctrine d'intervention sur le tourisme durable et la cohésion des territoires

A la lumière des enjeux posés par la répartition actuelle des flux touristiques dans l'espace et dans le temps, des contextes régionaux ainsi que des bonnes pratiques mises en œuvre par les 7 territoires pilotes et des actions prioritaires qu'ils ont identifiés, de premières pistes semblent se dégager pour une intervention de l'ANCT dans le secteur du tourisme.

Celle-ci a vocation à s'inscrire en complémentarité des actions déjà engagées par les autres administrations et acteurs institutionnels du tourisme en vertu d'objectifs liés à :

- la cohésion des territoires et la cohésion sociale : les préoccupations d'un tourisme durable et d'une maîtrise des externalités négatives qu'il génère impliquent de mieux répartir les flux et d'irriguer de nouveaux territoires. Par ailleurs, l'émergence d'une identité commune, d'un sentiment de fierté par rapport à son patrimoine ou la réconciliation avec son histoire sont apparus comme des vecteurs d'appropriation de la vocation touristique d'un territoire et dans le même temps de cohésion sociale ;
- l'accompagnement des collectivités dans leurs projets touristiques en faisant en sorte qu'ils soient durables et soutenables. Une congruence entre les enjeux de développement touristique et de développement économique se fait jour, dès lors que l'attractivité résidentielle faible de certains territoires ne permet pas de fixer des professionnels du tourisme de façon durable sur le territoire. Cela bloque, du même coup, la densification de l'offre d'hébergement et de services touristiques. Il s'agit pour l'ANCT d'aider les collectivités à relever le défi d'une densification de l'offre d'hébergement et de services touristiques sans remettre en cause le patrimoine naturel de leur territoire.

Ces objectifs justifient une action de l'ANCT d'aide à la structuration d'offres à destination des touristes français, là où la promotion du tourisme est davantage structurée à destination des touristes internationaux.

Périmètre d'intervention

L'organisation fortement déconcentrée de l'ANCT, qui s'appuie sur les délégués territoriaux que sont les préfets de département, en fait un relais idéal des besoins des collectivités locales en matière de tourisme. Ces besoins peuvent émerger au titre d'un programme national existant (Action cœur de ville, Petites villes de demain, Territoires d'industrie, quartiers prioritaires de la politique de la ville, Avenir Montagne) ou d'une demande d'accompagnement sur mesure.

Une priorisation des territoires faisant déjà l'objet d'un programme national spécifique ou présentant un potentiel touristique en termes d'offre (capital naturel, culturel, gastronomique) mais des difficultés structurelles de mise en tourisme (accessibilité, hébergement, équipement en commerces / restaurants) est à envisager.

²⁴ Exemple : établissement ouverts/fermés en précisant les horaires, prestations et animations disponibles.

Positionnement

En commanditant cette étude sur les dynamiques touristiques territoriales, l'ANCT a pu développer et capitaliser sur ces connaissances et consolider ces partenariats.

Pour prolonger et mettre en pratique les enseignements de l'étude SCET, l'ANCT lancera fin 2021 une Fabrique Prospective sur l'écotourisme, en lien avec l'Association nationale des élus des territoires touristiques, Atout France, la DGE et le programme Montagne – Ruralités de l'Agence. Cette Fabrique Prospective visera à accompagner 4 territoires caractérisés par leurs aménités naturelles dans la définition et la mise en œuvre de destinations écotouristiques. Il s'agira d'identifier les freins, leviers et conditions de réussite de stratégies d'écotourisme (services et équipements, modèles économiques, gouvernance).

Gouvernance et modalités d'intervention

L'ANCT conforte son rôle de mise en cohérence et de capitalisation des offres de services des partenaires et expertises existants, notamment la Banque des territoires et Atout France ainsi que celui d'accompagnateur de projets très en amont, notamment via son marché d'ingénierie.

En fonction des besoins des territoires liés au tourisme, le développement de ces interventions, en financement comme en ingénierie, peut aussi se faire via les outils d'ingénierie de l'ANCT. Des pistes seront notamment à approfondir en s'appuyant sur les différents pôles et programmes de l'Agence.

Conclusion



Si la crise de la COVID-19 a durement touché le secteur touristique, elle invite également les acteurs institutionnels à repenser les modèles de développement touristique et les flux de mobilités induits à l'aune de leurs impacts sur les territoires et l'environnement. La concentration temporelle et spatiale de la fréquentation touristique, que cette étude s'est attachée à objectiver, exerce en effet une pression significative sur les écosystèmes et les populations.

Bien que l'émergence de nouveaux pôles touristiques proposant une offre désaisonnalisée apparaisse comme la solution, celle-ci demeure conditionnée à de nombreux enjeux d'accessibilité, d'hébergement et d'équipement. A cet égard, la méthode visant à proposer des profils types de territoires permet de déterminer des traits distinctifs et des enjeux récurrents nécessitant un accompagnement spécifique des acteurs locaux et d'identifier aussi de bonnes pratiques à capitaliser.

A la lumière des enjeux posés par la répartition actuelle des flux touristiques dans l'espace et dans le temps, des contextes régionaux ainsi que des bonnes pratiques mises en œuvre par les 7 territoires pilotes et des actions prioritaires qu'ils ont identifiées, de premières pistes semblent se dégager pour une intervention de l'ANCT dans le secteur du tourisme.

Le renforcement de son positionnement apparaît alors légitime. Pour qu'il soit un facteur de cohésion des territoires, l'Agence propose donc, en complément des actions déjà engagées par les autres administrations et acteurs institutionnels du tourisme, de fonder sa doctrine d'intervention sur la réponse à apporter à ces enjeux de diffusion spatiale et temporelle des flux touristiques. Pour cela, elle se fera le relais des collectivités en participant à la capitalisation de la connaissance des expériences territoriale ainsi que l'accompagnement des projets de territoires.

Résumé du contenu de l'étude



Afin de se doter d'une base de connaissance sur les dynamiques territoriales du tourisme et identifier des pistes d'actions, en complémentarité avec les autres parties prenantes sur ces questions, l'Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT) s'est rapprochée de la SCET pour lancer une Étude des dynamiques territoriales du tourisme.

Celle-ci fait un état des lieux des régions, et plus particulièrement des continuums territoriaux qui présentent un potentiel touristique en termes d'offre (capital naturel, culturel, gastronomique) mais des difficultés structurelles de mise en tourisme (accessibilité, hébergement, équipement en commerces / restaurants).

Elle propose une méthode d'identification de nouveaux pôles touristiques et aboutit à une feuille de route de l'ANCT pour accompagner le renforcement de l'attractivité des territoires, que ce soit dans l'espace ou dans le temps.

La mission a été menée en 3 phases, sur 10 mois, de mars à décembre 2020, en étroite collaboration avec un comité de pilotage associant l'ANCT, les acteurs institutionnels et professionnels du tourisme. Elle a donné des résultats, dont l'intérêt a été salué par les parties prenantes au comité de pilotage, qui interrogent les objectifs de résilience du secteur en sortie de crise sanitaire.

Liste des partenaires

ADN Tourisme



Association Petites Villes de France



Association Villes de France



Atout France



Caisse des Dépôts et Consignations



Direction Générale des Entreprises



Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères



Régions de France



Société Conseil Expertises et Territoires

