

Webinaire n°2**Tourisme et approche territoriale
du développement**

Les Têtes Chercheuses du CRTL Occitanie ont vu le jour début 2020 alors que la pandémie COVID-19 met en lumière la nécessité de repenser le tourisme. Cette série de webinaires invite à aborder la transition du tourisme à partir de regards croisés d'universitaires, d'experts et d'acteurs du tourisme en Occitanie.

 [Replay du webinaire](#) [Programme et modalités d'inscription](#)**Marylène PIEYRE**

Enseignante en économie, IAE de Perpignan, Université de Perpignan Via Domitia



« Cette pandémie permet enfin la reconnaissance du tourisme comme un secteur complexe et multi-directionnel. Le tourisme ce n'est pas que du tourisme, mais alors c'est quoi ? La crise actuelle met en avant les éléments structurants et déstructurants du tourisme et invite à mieux les mesurer et les prévenir. Pendant 30 ans, le tourisme a été un facteur de développement confortant pour l'économie des territoires. Mais il est nécessaire de requestionner le tourisme qui aujourd'hui est devenu politique : continue-t-on de subir le tourisme ? En a-t-on besoin pour notre développement local ? Cela demande des nouvelles manières de fonctionner ensemble. Les pratiques des clientèles mutent également, il faudra considérer de collaborer avec les scientifiques qui ont ces connaissances. Enfin, le tourisme demande aujourd'hui à ré-évaluer ses rapports : au temps, à l'espace, à soi et aux autres. »

Christophe BOUGUEMARI

Responsable Animation du Réseau des Offices de Tourisme CRTL Occitanie



« La porosité entre habitants et touristes est de moins en moins forte. On l'observe avec les nouvelles tendances de télétravail voire de *teletravel*. L'enjeu de démocratie participative pose la question d'un nouveau cadre de gouvernance touristique. Une co-construction avec les habitants est à envisager pour donner du sens à l'avenir des territoires et c'est la démarche du CRT Occitanie. Le changement de paradigme est important : vers quel univers doit-on aller ? Par exemple, la région des Flandres considère qu'on est passé de qu'est-ce que les clients veulent acheter à qu'est-ce que la communauté offre et veut partager ? On assiste à un renversement marketing. Aujourd'hui, 64% des OT de la région Occitanie imagine évoluer vers des pôles d'animation ou des agences d'attractivité très rapidement. Cela nécessitera bien évidemment de nouveaux indicateurs. Peut-on proposer celui du Bonheur Intérieur Brut ? »

Xavier FEUILLANT

Directeur [Isle sur la Sorgue Tourisme](#)



« L'Isle sur la Sorgue fait face au phénomène de concentration de population touristique principalement sur sa saison d'été (1 million de visiteurs/an pour 30 000 habitants), rendant la cohabitation difficile. Un travail profond sur la base d'enquêtes auprès d'élus, d'acteurs touristiques, d'habitants, de touristes... nous a conduit à déterminer 3 catégories de valeurs partagées : le rapport à l'autre, le faire, l'être. Sur la base de ces valeurs, nous pouvons mener une politique ambitieuse et mieux communiquer auprès de nos cibles. Comment ? Nous ne communiquons plus sur certains sites, nous avons déplacé notre foire internationale historiquement en août à septembre, nous avons négocié une diminution par 2 du nombre de passages de canoës journaliers sur la Sorgue, nous avons signé une charte engageante qui «sanctionne» les acteurs ne jouant pas le jeu, nous avons créé une fondation pour financer cette politique de qualité et animer la démarche. Une dynamique qui commence à porter ses fruits car nous constatons déjà un meilleur étalement de la fréquentation sur l'année. »