

Enquête

Le tourisme dans les Territoires de projet



TERRITOIRES DE PROJET

Association Nationale des Pôles territoriaux et des Pays

Les politiques touristiques sont un bon indicateur des ambitions et des dynamiques de développement souhaitées localement. Bien plus qu'une simple activité de loisirs, le tourisme constitue un enjeu central pour les Territoires. **Il témoigne de son attractivité et forme, sinon le principal levier économique local, une ressource significative de revenus (financière et d'emplois), tout en posant de francs questionnements sur un équilibre local à trouver entre emploi / gestion des ressources et des conflits d'usages / enjeux environnementaux.** De plus, le secteur touristique est confronté à de profondes mutations liées notamment au changement climatique et aux enjeux du numérique. Il doit ainsi évoluer pour s'adapter à ces nouvelles réalités. Dans ce contexte, la question de la durabilité s'impose comme un enjeu incontournable à prendre en compte lors de l'élaboration de politiques de développement touristique. C'est dans cette perspective qu'ANPP - Territoires de projet propose une réflexion sur les différentes dimensions du tourisme, ses enjeux et les réponses apportées par les Territoires. Ce document vise ainsi à offrir une vision globale des enjeux du tourisme et à accompagner les Territoires dans la construction de politiques touristiques plus durables.

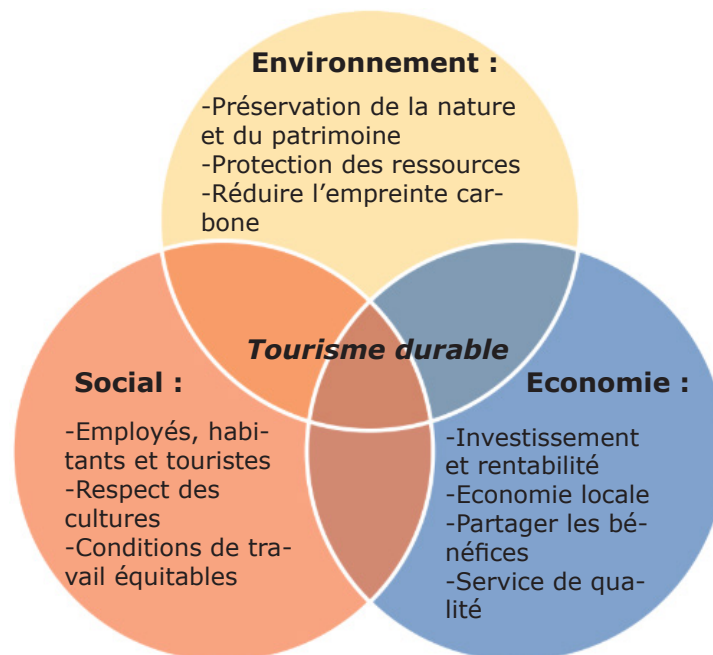
Définitions et cadrage

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), le tourisme désigne *"un phénomène social, culturel et économique qui suppose des mouvements de personnes vers des pays ou des lieux situés en dehors de leur environnement habituel intervenant pour des motifs personnels ou pour affaires et motifs professionnels. [...] Le tourisme englobe leurs activités, dont certaines impliquent des dépenses touristiques"*. Cette définition souligne son poids économique, faisant du **tourisme un levier indiscutable du développement économique local**. Par son caractère transversal, le tourisme peut également être conjugué à de nombreuses autres thématiques comme l'alimentation et les circuits courts, le patrimoine ou les mobilités.

Face aux effets du changement climatique, l'évolution vers un tourisme plus durable s'impose désormais comme une nécessité. L'OMT définit le **tourisme durable comme un tourisme "qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil"**.

Ce modèle repose donc sur un équilibre entre l'environnement, l'économie et la société. Le tourisme durable, selon l'OMT, doit :

- **Préserver les ressources environnementales et en faire un usage optimal ;**
- **Respecter les populations locales, leurs traditions et leur patrimoine culturel ;**
- **Garantir des activités économiques viables sur le long terme.**



Sa mise en œuvre repose sur un engagement coordonné de l'ensemble des acteurs concernés, ainsi que sur un véritable soutien politique. Dans ce contexte, la question de la gouvernance devient centrale : **quels acteurs portent et mettent en œuvre la compétence tourisme ?**

L'article L.111-1 du code du tourisme dispose que "L'État, les régions, les départements et les communes sont compétents dans le domaine du tourisme et exercent ces compétences en coopération et de façon coordonnée". Cela signifie que la compétence tourisme ne relève pas d'un seul acteur, mais qu'elle est partagée entre plusieurs niveaux et qu'elle s'exerce à toutes les échelles territoriales. Cette organisation implique une **gouvernance partagée, fondée sur la coopération entre différents acteurs**.

Depuis le 1er janvier 2017, la compétence tourisme est devenue obligatoire pour les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI), auxquels les communes ont transféré leurs prérogatives dans ce domaine. Le tableau ci-dessous précise la manière dont **les compétences se répartissent**.

	Répartition des compétences entre les échelons territoriaux en matière
ETAT (art. L121-1 code du tourisme (CT))	Définir et mettre en oeuvre la politique nationale du tourisme ; Déterminer et mettre en oeuvre les procédures d'agrément et de classement des équipements, organismes et activités touristiques ; Définir et conduire les opérations de promotion touristique nationale en lien avec les collectivités territoriales et les partenaires concernés ; Fixer les règles et les orientations de la coopération internationale et en assurer la mise en oeuvre.
REGION (art. L131-1 à L131-10 CT)	Définir les objectifs à moyen terme du développement touristique régional ; Coordonner les initiatives publiques et privées ; Fixer le statut du comité régional du tourisme (qui élabore le schéma régional du tourisme et des loisirs).
D E P A R T E - M E N T (art. L131-1 à L131-6 CT)	Etablir le schéma d'aménagement touristique départemental ; Créer le comité départemental du tourisme ; Réaliser le plan départemental des itinéraires de promenade et de randonnée / randonnée motorisée.
COMMUNE / INTERCO (art. L131-1 et s. CT)	Créer, aménager et entretenir les zones d'activité touristique ; Assurer la promotion du tourisme , dont la création d'offices de tourisme.

Les communes, les intercommunalités et les Territoires de projet peuvent, s'ils le souhaitent, conserver la gestion de manifestations locales et d'équipements communaux d'accueil (camping, gîtes, bases de loisirs). **En l'absence d'office de tourisme (OT), la promotion du tourisme peut être assurée directement par le service tourisme de l'EPCI.**

Par ailleurs, **les collectivités peuvent transférer tout ou partie de leurs compétences touristiques au Pays/PETR** (notamment la création et la gestion des OT). Dans ce cas, le Pays / PETR exerce uniquement les compétences qui lui ont été confiées, afin d'éviter les doublons de compétences et de garantir une complémentarité entre les acteurs.

Enfin, il faut souligner que les communes, le département ou la région participent également au développement touristique, de façon plus ou moins directe. **Des coopérations d'ailleurs régulières entre ces différents niveaux et les Pays/PETR sont observées et pratiquées.**

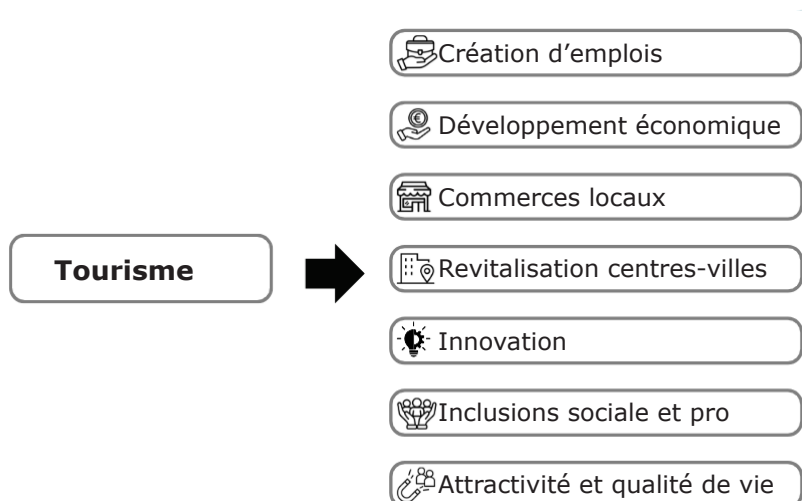
Le tourisme apparaît ainsi comme un **enjeu multi-niveau**, nécessitant coordination, complémentarité et implication de différents acteurs.

Les enjeux actuels du tourisme dans les Territoires de projet

Le tourisme est un secteur stratégique pour le développement des territoires. En soutenant l'emploi, l'innovation et la dynamique économique locale, il offre des opportunités concrètes aux collectivités, PME et start-ups engagées dans le développement territorial. Le tourisme de proximité valorise notamment les circuits courts, les expériences immersives et les initiatives durables, renforçant ainsi le rayonnement et l'attractivité des territoires.

Les retombées économiques du tourisme bénéficient souvent plus aux petites communes, aux zones rurales et aux villes moyennes qu'aux grands pôles. La présence d'activités touristiques participe également à la revitalisation des centres-villes (revalorisation des commerces, restauration du bâti ancien, essor de marchés de producteurs locaux). **En somme, même les secteurs non directement touristiques bénéficient de cette économie.**

Le tourisme représente aussi un vecteur d'inclusion professionnelle et/ou sociale, en créant des opportunités pour les jeunes, les seniors actifs ou les personnes en reconversion professionnelle. **L'enjeu est donc de développer un tourisme créateur d'emplois et de dynamisme, tout en veillant à préserver la qualité de vie des habitants et à éviter tout sentiment de dépossession.** Les habitants occupent en effet une place essentielle car ils sont les premiers ambassadeurs de leur territoire, contribuant ainsi directement à son attractivité et à son image.



Ainsi, le tourisme peut constituer **un cercle vertueux économique, social et territorial permettant la création d'emplois, l'innovation, l'inclusion et l'attractivité locale**. Dans cette perspective, l'élaboration d'une politique de mise en tourisme par les Territoires de projet suppose de prendre en considération plusieurs enjeux majeurs, qui peuvent être regroupés en 6 catégories :

1. Maîtriser le surtourisme et ses conséquences

Les acteurs des Territoires doivent **trouver un équilibre entre valorisation et préservation des sites, notamment patrimoniaux et naturels**. L'objectif est de permettre aux visiteurs de découvrir et de profiter de ces lieux tout en évitant leur dégradation. La préservation de ces sites se fait eu égard aux impacts directs et indirects des activités humaines (tourisme de masse, muséification, dégradation, etc.). La surfréquentation reste ponctuelle et concentrée dans certaines espaces. Il faut aussi chercher à équilibrer les flux touristiques sur l'ensemble de l'offre territoriale. La question de la gestion des flux est aussi à prendre en considération notamment afin de savoir comment les visiteurs arrivent sur le territoire et comment ils s'y déplacent une fois sur place.

2. Passer à un tourisme durable pour faire face au changement climatique

En France, le tourisme représente 11% des émissions de GES, dont le transport représente 77%. Face au changement climatique, les Territoires doivent adapter leur offre car les vagues de chaleur et les aléas climatiques renforcent les réservations de dernière minute et modifient la répartition des flux, favorisant des destinations moins exposées aux effets du changement climatique. **L'adaptation au changement climatique est désormais cruciale pour l'attractivité**. Tout l'enjeu est alors de se tourner vers un tourisme durable, aussi appelé écotourisme qui limite son impact sur l'environnement, ou encore de promouvoir un tourisme quatre saisons, moins dépendant des saisons estivales et hivernales.



Parfois, la transition écologique n'est pas encore au cœur de la stratégie touristique mais elle est toutefois identifiée comme un sujet important. L'objectif est alors de définir une politique touristique claire puis d'inclure des objectifs d'adaptation au changement climatique en son sein. Cela varie aussi en fonction des changements politiques locaux.

3. Renforcer l'attractivité des territoires

Selon l'INSEE, le tourisme a généré, en France en 2022, 1.500.000 emplois salariés (7,4% de l'emploi total). **Le tourisme est ainsi un indicateur de l'attractivité et de l'économie des territoires**. Pour suivre cette activité, plusieurs outils existent. La taxe de séjour constitue un des principaux moyens de mesurer la fréquentation touristique, avec les ventes de prestations et la fréquentation des OT.

L'attractivité des Territoires passe également par l'amélioration de l'offre (qualité, diversification), de l'accessibilité (mobilités, publics spécifiques) et d'une stratégie de promotion adaptée, notamment via des outils numériques (IA, site internet...).

Il faut aussi faire en sorte que le tourisme bénéficie à tous les territoires et que les richesses engendrées par cette activité soient drainées, certes sur les territoires attractifs, mais aussi dans les espaces alentours qui peuvent plus ou moins bénéficier de la présence touristique.

4. Développer un tourisme social, accessible à tous et inclusif

Le tourisme durable est aussi un tourisme qui s'ouvre à tous les publics. Les touristes sont incités à s'insérer dans une pratique durable, notamment à travers leurs choix de mobilité. Dès lors, l'aménagement de voies cyclables, la définition d'itinéraires touristiques et le développement de la location de vélos sont des solutions envisageables, articulant action publique et offre commerciale. Cela implique de favoriser l'accessibilité (PMR, diversité des publics), mais aussi de mieux intégrer les visiteurs dans les territoires. Il est aussi important de développer des activités pour les habitants quotidiens du territoire afin qu'ils ne se sentent pas délaissés. Ils profitent au même titre que les touristes des aménagements faits (pistes cyclables, circuits VTT, produits familiaux, etc) et sont des acteurs essentiels de l'activité touristique. La sensibilisation à la culture locale apparaît comme l'un des leviers de promotion et de préservation du territoire. Par exemple, les visites thématiques et les ateliers, les guides et les événements culturels permettent de mieux comprendre les territoires et leurs spécificités. Cette dimension culturelle est constitutive de l'approche durable du tourisme, en ce que **celui-ci doit s'intégrer au territoire et respecter son authenticité et sa spécificité socioculturelle.**

TOURISTE :



- Consommateur et influenceur
- Plus lointains
- Plus coûteux à faire venir
- Plus difficile à fidéliser

HABITANT :



- Consommateur et influenceur
Mais aussi offreur
- Plus proches
- Plus facile à toucher

5. Accélérer la transformation numérique et la gouvernance

La mise en œuvre de ces transitions repose sur une gouvernance multi-acteurs et multi-niveaux. Les Territoires peuvent notamment s'appuyer sur des dispositifs de contractualisation avec l'État, la région ou le département ainsi que sur des financements européens (LEADER, FEDER). Cette gouvernance s'articule aussi autour d'une coopération entre collectivités territoriales, entreprises privées, associations locales et communautés d'habitants. Cette approche permet de dépasser la logique de concurrence pour privilégier la complémentarité et la mutualisation des forces. Les formes de coopération doivent tout de même épouser les dynamiques déjà présentes sur le territoire et se faire à l'échelle la plus adaptée.



Fonds européen agricole pour le développement rural :
l'Europe investit dans les zones rurales



Les démarches de labellisation (notamment Pays d'art et d'histoire ou l'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO) représentent un gage auprès de la clientèle et des partenaires, permettant aux Territoires et à leurs démarches de gagner en visibilité. **La labellisation agit non seulement comme un marqueur d'engagement et de qualité, mais aussi comme un outil de pilotage.**

6. Gérer les conflits d'intérêts et d'usages liés au tourisme

Le tourisme nécessite une main d'œuvre importante notamment pendant les moments forts de la saison. Cela se traduit par l'arrivée massive de saisonniers, entraînant ainsi de nombreuses problématiques diverses : logements précaires, coût de la vie, difficultés sociales, etc. **Les Territoires doivent ainsi conjuguer attractivité touristique et gestion du personnel. De la même façon, certains territoires touristiques laissent de plus en plus de place à de nouveaux types de logement locatif ponctuel comme les Airbnb.** Cela réduit l'offre de logements à l'année, entraîne une hausse significative du prix du foncier et, in fine, complique l'installation des habitants permanents. La question de la gestion de la ressource en eau est également centrale.

Ainsi, pour les Territoires, l'enjeu est clair : **se tourner vers un tourisme durable**, mieux régulé et adapté aux évolutions climatiques, technologiques et aux attentes des visiteurs, tout en s'appuyant sur une coopération entre acteurs.

Preuve par des exemples

Au regard de ces enjeux, il apparaît pertinent d'observer des **actions mises en œuvre pour s'adapter aux évolutions du tourisme et renforcer l'attractivité de leur territoire.**

Focus sur l'Assemblée du Pays Tarentaise Vanoise (APT) :

Le territoire de l'Assemblée du Pays Tarentaise Vanoise (APT) se caractérise par un **tourisme hivernal important, moteur de l'économie locale, mais aujourd'hui fragilisé**. La concentration de l'activité sur quelques mois et l'exploitation de ressources naturelles rendent nécessaire une diversification de l'offre. Le développement d'un tourisme quatre saisons apparaît comme un enjeu prioritaire.



Pour y répondre, l'APT met sur **des formes de tourisme plus durables (enjeu 2)**. C'est ainsi qu'elle a piloté la création d'une offre de 32 itinéraires de découverte à vélo à assistance électrique (VAE), ce qui représente plus de 600 km de circuits balisés de différents niveaux. Il faut toutefois souligner que les besoins de financement pour les projets de pistes cyclables sont importants, les aides disponibles sont souvent jugées insuffisantes. Aussi, l'APT a impulsé la création en 2013 du Grand Tour de Tarentaise, un itinéraire pédestre en 27 étapes, reliant les stations de Tarentaise, accompagné d'un guide éponyme.

L'importance accordée à la transition écologique est aussi influencée par les financeurs des projets touristiques. En effet, les financeurs, notamment la Région, intègrent des critères de durabilité aux projets soutenus (viabilité à long terme, gestion de l'eau, cohérence environnementale des projets).

Ces initiatives participent directement **au renforcement de l'attractivité du territoire (enjeu 3)**. Cela passe aussi par des publications touristiques telles qu'une carte estivale publiée chaque année, des newsletters, un Guide du Routard (avec Hachette Tourisme) ou encore un calendrier des manifestations de l'été.

L'APT porte également une attention particulière **à l'accessibilité et à l'inclusivité de son offre touristique (enjeu 4)**. Le Grand Tour de Tarentaise est ainsi conçu pour être accessible dès 12 ans voire moins pour les plus aguerris.



Par ailleurs, l'APT s'inscrit aussi dans une **dynamique de transformation numérique (enjeu 5)**, notamment à travers des outils comme un Portail Rando et une application GPS qui permettent un tourisme de pleine nature soutenu par le numérique. Le développement d'un site internet consacré à la randonnée en Tarentaise Vanoise permet aussi de faciliter l'accès à une offre diversifiée (consultation des itinéraires, traces GPS, informations régulièrement mises à jour,

Ce site est construit en partenariat avec le Parc Naturel de la Vanoise. Le numérique apparaît comme un moyen de valoriser le territoire, d'améliorer l'expérience des visiteurs et de dynamiser l'offre touristique.

Aussi, **la gouvernance touristique de l'APTV repose sur des coopérations à différentes échelles et sur différents programmes (enjeu 5)**. Par exemple, il y a un soutien aux projets touristiques de montagne à travers le Programme Espace Valléen qui accompagne les territoires alpins français dans une stratégie de diversification et de transitions touristiques avec une volonté de valoriser les patrimoines naturels et culturels. Ce dispositif repose sur des financements de la région, de l'Etat et de l'Europe. Par ailleurs, le projet transfrontalier Interreg-Alcotra "Aller-Retour" vise à promouvoir une approche intégrée combinant les transports publics et les solutions de mobilité partagée. L'Europe finance ce projet à travers le FEDER (90.800 euros pour la France, 112.500 pour l'Italie) afin de faciliter les déplacements des touristes, soutenir les travailleurs saisonniers et promouvoir la durabilité environnementale. L'APTV accompagne techniquement les acteurs pour mener à bien ce projet. Lorsque les projets ne sont pas éligibles à une aide européenne, la région peut aussi les soutenir.



Enfin, l'APTV bénéficie du label Pays d'art et d'histoire, permettant de soutenir et de mettre en œuvre des projets de découverte du patrimoine.

Finalement, une coordination des actions en faveur du tourisme se développe à travers un comité de pilotage composé d'élus, de professionnels du tourisme et d'offices de tourisme. Ce comité étudie la politique touristique pouvant être engagée à l'échelle de la Tarentaise.

Focus sur le Pays Beaunois :

Le Pays Beaunois s'appuie sur des atouts historiques et paysagers marqués par la vitiviniculture. Cette activité économique constitue un levier majeur de développement touristique à travers l'œnotourisme. Cela se traduit par le fait que 20% de l'emploi est lié directement ou indirectement au tourisme, de façon très imbriquée avec la filière vitivinicole. Le tourisme viticole se structure autour d'un chapelet de villages viticoles, des portes de Dijon jusqu'à Santenay, et du site phare des Hospices de Beaune, premier site touristique payant de Bourgogne Franche Comté par sa fréquentation (440.000 visiteurs par an).



Le tourisme sur le Pays Beaunois est historiquement structuré autour de la Route des Grands Crus, **1ère route des vins de France** créée en 1937 par le département : **60 km de vignes, 37 villages viticoles**, un itinéraire qui permet de découvrir 32 des 33 grands crus que compte la Bourgogne. La singularité de ce territoire a été reconnue au niveau international en 2015 avec l'inscription des Climats du vignoble de Bourgogne au Patrimoine Mondial de l'Humanité en tant que Paysage Culturel.

Autour de cette filière, **une offre touristique diversifiée s'est toutefois développée, permettant ainsi de favoriser l'attractivité du territoire (enjeu 3)**. Au-delà de cet axe structurant, les acteurs du territoire développent l'itinérance et les activités touristiques depuis plusieurs années sur la Côte et les Hautes Côtes autour d'itinéraires cyclables (Tour de Bourgogne à vélo, Voie des vignes,...) et d'un réseau dense de plus de 600km de sentiers de randonnée pédestre. Le développement d'équipements de loisirs, tels que les Étangs d'Or, la baignade naturelle de Montagny, et des activités de pleine nature contribuent également à **élargir l'offre vers un tourisme familial, accessible et inclusif**. C'est également une réponse aux enjeux démographiques que connaît la Bourgogne-Franche-Comté et qu'on observe plus récemment sur le Beaunois où attractivité touristique et attractivité résidentielle se répondent.

Le territoire est très orienté vers une clientèle touristique CSP+ et étrangère. Pour autant, **il est important de développer une clientèle nationale et familiale pour compenser les périodes de crise (covid, conflits, crises financières) durant lesquelles la clientèle internationale chute (enjeu 4)**. C'est pourquoi le territoire finance le développement de produits "famille".

Le Pays Beaunois est également un territoire façonné par l'eau avec le passage de la Saône, le Canal du Centre et le Canal de Bourgogne. Des sites structurants comme le port de Saint-Jean-de-Losne, **1er port en haut intérieur de France**, les ports de plaisance de Seurre, Chagny ou Pouilly-en-Auxois s'inscrivent eux-aussi dans des logiques de tourisme itinérant. Le tourisme fluvial permet une diversification de l'offre et génère un chiffre d'affaires et des retombées économiques non négligeables pour le territoire avec une clientèle fortement internationale et environ 150 emplois à l'année dans les entreprises d'entretien, fabrication et aménagement de bateaux. De ce fait, le tourisme fluvial s'est accru de 30% en 10 ans.

Le Pays Beaunois répond à l'enjeu de passer à un tourisme durable, respectueux de l'environnement pour faire face au changement climatique (enjeu 2). Ce travail repose aussi sur la mobilisation d'outils financiers disponibles pour soutenir les initiatives locales de mobilités alternatives telles que les aménagements cyclables, le stationnement vélo, etc. Par exemple, les acteurs du Territoire souhaitent entamer une transition dans la filière fluviale en passant progressivement à des bateaux électriques et une meilleure gestion des eaux grises et noires dans les ports après avoir structuré l'accueil des camping-caristes.

Enfin, le Pays Beaunois bénéficie d'un patrimoine culturel et historique d'exception, incarné par les Hospices de Beaune, l'Abbaye de Cîteaux, Châteauneuf-en-Auxois et de nombreux éléments de petit patrimoine rural. **Afin de restaurer et faire découvrir ce patrimoine, le territoire s'appuie là encore sur ses dispositifs (enjeu 5) tels que le programme européen LEADER**. On peut citer à titre d'exemple, en lien avec les Climats de Bourgogne, le financement de la création de la Cité des Vins et des Climats de Bourgogne à Beaune, avec l'attribution d'une enveloppe LEADER exceptionnelle d'environ 500.000 €.



En matière d'emploi, le Pays Beaunois connaît une saison touristique rallongée s'étendant de mars à novembre. Afin de ne pas manquer de main d'œuvre, **les établissements proposent des contrats longue durée aux saisonniers allant de 5 à 7 mois. Cela garantit une forme de stabilité chez les saisonniers**. La formation, le recrutement et la fidélisation des salariés sont pris en compte. (Enjeu 6). Pour autant, la filière manque de bras et chaque année les entreprises peinent à recruter. Depuis 2 ans, le Pays Beaunois travaille avec les OT et les professionnels sur un plan d'action pour fidéliser les saisonniers. Cela s'est traduit par l'organisation d'une soirée d'accueil pour tous les saisonniers en début de saison et par la création d'un Pass saisonnier pour l'ensemble des saisonniers, alternants, stagiaires et CCD travaillant chez les acteurs touristiques du territoire.

Ce pass leur donne accès à près de 50 offres exclusives et gratuites pour leur permettre d'avoir des loisirs sur leur temps libre, du pouvoir d'achat et de mieux connaître les prestations touristiques proposées sur le territoire. L'objectif affiché : fidéliser et miser sur la réputation de la destination pour attirer de nouveaux saisonniers.

Le tourisme, son économie et ses usages ont su s'adapter aux évolutions numériques (enjeu 5). Cela se traduit par :

- Les relations clients qui se sont démultipliées avec le numérique,
- La réputation des entreprises qui est rendue plus sensible sur internet,
- La filière touristique qui s'est organisée en réseaux accessibles sur internet.

Finalement, même si l'inscription des Climats du vignoble de Bourgogne au patrimoine mondial de l'UNESCO a suscité une vraie crainte sur le territoire notamment concernant la gestion des flux touristiques (une hausse de fréquentation de 20 à 50% était envisagée), elle a surtout constitué **un atout majeur pour le rayonnement territorial, pour la constitution d'un véritable réseau des acteurs (du tourisme, du patrimoine, des collectivités et de la filière viticole) et pour l'émergence d'un sentiment d'appartenance renforcé chez les habitants.**

Même s'il n'existe pas de document de stratégie touristique formalisé et validé collectivement, les orientations stratégiques du Pays Beaunois en matière de développement touristiques sont travaillées collectivement et connues de tous. Elles se retrouvent notamment dans le projet de territoire et dans les différentes candidatures LEADER depuis 15 ans : environ 35 % des enveloppes de fonds européens ont été mobilisés sur des projets touristiques et patrimoniaux. Le Pays est parfaitement identifié comme un acteur du développement touristique qui travaille sur les enjeux touristiques et qui peut mobiliser de l'ingénierie de projet et des dispositifs financiers pour accompagner cette dynamique. La philosophie adoptée par le Territoire concernant la coopération est de ne pas forcer les acteurs à travailler impérativement à l'échelle du Pays. **Il faut avant tout suivre les logiques touristiques, qui ne suivent pas forcément les périmètres administratifs afin de respecter les identités locales et la logique touristique du client.**

Le mot de la fin

En définitive, **le tourisme dans les Territoires de projet et sa durabilité sont des enjeux qui engagent des champs d'action et des acteurs variés.** Les exemples étudiés illustrent la capacité des territoires à s'adapter aux transformations nécessaires en s'appuyant notamment sur une gouvernance coordonnée, sur des coopérations renforcées et sur de nouveaux dispositifs d'attractivité.

Dans ce contexte, la politique touristique ne peut pas se limiter à une logique d'attractivité mais doit **impliquer un équilibre entre développement et préservation, en reposant sur un dialogue entre le lieu, les habitants et les visiteurs** (anticipation de la gestion des conflits d'usages, de la ressource en eau notamment). La co-construction apparaît comme une condition essentielle pour élaborer des stratégies adaptées et durables. Le tourisme de demain invite ainsi les Territoires à repenser leur modèle de développement, en conciliant performance économique, qualité de vie et respect des ressources.

L'Association Nationale des Pôles territoriaux et des Pays (ANPP) représente et fédère les Pays, les Pôles d'équilibre territoriaux et ruraux, les Territoires de projets, les GAL et leurs Conseils de développement, dans une démarche globale, stratégique et prospective. Elle a pour mission de mutualiser les expériences entre ces territoires et d'être le support d'un échange permanent d'informations et de bonnes pratiques entre eux, entre leurs représentants et ceux des collectivités locales, de l'État et des acteurs locaux.

L'Association accompagne ses adhérents dans leur action et porte leurs contributions auprès des pouvoirs publics à partir de la remontée des pratiques de terrain.

ANPP - Territoires de projet
22 rue Joubert - 75 009 PARIS

Directeur de publication : Michael RESTIER, Directeur

Analyse : Charlotte Morange, Chargée de mission stagiaire