

Les politiques touristiques en Gironde

ALAIN ESCADAFAL | NATHANAËL FOURNIER

Table ronde avec :

- Frédérique Dugeny (FD),
directrice générale d'Arcachon Expansion,
présidente de la mission des offices de
tourisme Nouvelle-Aquitaine.
- Nicolas Jabaudon (NJ),
directeur général de l'office du tourisme
Médoc-Atlantique.
- Jean-Marie Marco (JMM),
directeur de Gironde Tourisme¹.
- Nicolas Martin (NM),
directeur général de l'office du tourisme
et congrès, Bordeaux Métropole¹.

¹ | Les fonctions indiquées étaient celles occupées le jour
de la table ronde en octobre 2018.

Quels sont les objectifs des politiques touristiques locales ?

Est-ce un axe de développement économique ? S'agit-il simplement d'augmenter le nombre de touristes ?

NM : Pour Bordeaux Métropole, le sujet n'est pas de faire venir toujours plus de touristes ! C'est comment on fait pour bien choisir nos visiteurs, qu'ils soient en adéquation avec le « produit », qu'ils ne déstabilisent pas l'écosystème local et qu'il y ait une double valeur ajoutée, économique mais aussi humaine et sociale. On n'a jamais été uniquement dans le quantitatif à Bordeaux et encore moins aujourd'hui. Le monde change, le tourisme aussi et à une vitesse incroyable. Il y a deux facteurs clés : d'une part, le *low cost* et Airbnb qui provoquent une explosion des courts séjours urbains et plus largement des déplacements de loisirs ; d'autre part, le fait que mécaniquement, le nombre de touristes augmente de 3 % par an dans le monde, notamment avec l'accroissement des classes moyennes dans les pays émergents. Donc notre métier, ce n'est plus d'en faire venir davantage.

En revanche, on va chercher à attirer des cibles particulières, de préférence au moment où on le souhaite et, ensuite, à les inciter à ne pas se concentrer sur quelques sites mais à circuler sur l'ensemble du territoire. Cependant, ce qui est valable pour une métropole ou pour un territoire urbain ne l'est pas forcément pour tous les lieux touristiques, comme par exemple les stations de ski.

JMM : Pourquoi le tourisme ? Le premier facteur, historiquement, c'est l'impact économique du tourisme, d'abord en matière d'emplois. Mais il y a une deuxième chose, indirecte et qui n'est pas toujours perçue, c'est que le tourisme amène à l'excellence. En effet, les objectifs sont de moins en moins quantitatifs ; il faut de la qualité dans l'offre du tourisme. Ça signifie travailler sur les paysages, sur la qualité des infrastructures, sur les types d'offre de places de stationnement, etc. Et ça implique que ce qui est bon pour l'accueil touristique est bon aussi pour les Girondins et vice versa. Par exemple, lorsqu'il y a un intérêt touristique à réhabiliter du patrimoine, il est plus facile d'obtenir des crédits mais cela va profiter aussi à l'ensemble des habitants.

NJ : Le développement touristique doit effectivement créer de la valeur, pas seulement pécuniaire. Sur Médoc Atlantique, mais c'est également vrai sur d'autres territoires, nous essayons d'avoir des visions à moyen voire à long terme. Par exemple, en travaillant sur l'allongement de la saison. L'excellence doit effectivement être un objectif même s'il est très compliqué de la faire transpirer au quotidien : beaucoup de nos interlocuteurs sont des acteurs privés de petite taille qui ont des objectifs et des contraintes en termes de chiffre d'affaires immédiat. Nos temporalités ne sont donc pas forcément les mêmes.

FD : L'intérêt économique est évidemment important. Il prime souvent pour les élus. Mais le tourisme est aussi un facteur d'attractivité. Toutes les problématiques transversales, de transports par exemple, ont une incidence pour le développement local en général. Le résident peut souvent bénéficier de plus de fonctionnalités, d'aménités, grâce au tourisme. Sur les territoires touristiques, s'il n'y avait que des résidents à l'année, ils ne connaîtraient pas du tout la même expérience de vie... Enfin, il y a tout le facteur humain. Le fait qu'on soit d'horizons différents, de façons de vivre différentes, etc. Cet enrichissement mutuel fait aussi muter les territoires dans des directions intéressantes.

Est-ce que les investissements des territoires et des villes sont pensés et développés en prenant en compte le tourisme ?

NM : Pas à Bordeaux ! Le point de départ du développement touristique c'est 2003, comme on le voit sur l'évolution de la taxe de séjour. C'est l'année où les grands travaux s'achèvent en centre-ville, lorsque la ville commence globalement à avoir la physionomie qu'elle a aujourd'hui. Or, le projet urbain a été conçu pour les habitants. Le miroir d'eau, le tramway, l'hypercentre puis le Batcub et même le pont Chaban-Delmas... Tout cela a été fait pour les Bordelais. De même, la LGV ne visait pas à développer le tourisme mais la dynamique économique du territoire. On se rend compte qu'aujourd'hui, en ville, les touristes s'approprient les outils des habitants, parce que ce qui est agréable pour un Bordelais, ça l'est aussi pour un touriste ! Le miroir d'eau, le pont Chaban et Darwin sont aujourd'hui les trois lieux les plus photographiés et « instagrammés » de Bordeaux. Ils ont tous les trois moins de dix ans. Aucun n'avait été pensé, imaginé pour les touristes. En 20 ans, il n'y a eu que deux investissements touristiques importants : la Cité du vin et l'autre, en cours, le palais des congrès au parc des expositions.

JMM : À Bilbao, c'est un équipement culturel touristique, le musée Guggenheim, qui a entraîné la dynamique de la rénovation urbaine. À Bordeaux, c'est l'inverse. La rénovation et l'aménagement de la ville, valorisés par la notoriété touristique, ont conduit à accueillir des touristes. Quand on pousse vers l'attractivité et vers l'excellence, soit on le fait pour les touristes et ça bénéficie aux résidents, soit on le fait pour les résidents et si, ensuite, il y a l'action des acteurs du tourisme, alors ça peut bénéficier au tourisme.

FD : Dans les stations balnéaires ultrasaisonnnières, les aménagements sont souvent uniquement conçus pour le tourisme. Et la population vit ça parfois comme une contrainte. J'ai en tête les immenses parkings au bord des dunes et des plages qui ne sont occupés que quelques mois de l'année. Le reste du temps, c'est un foncier énorme vide et qui ne sert à rien. Arcachon, c'est autre chose. Le maire a, à mon sens, profondément changé sa ville, avec une volonté de monter en gamme, de travailler sur la qualité de vie. L'équipement est mis au service de la population. Ce n'est pas non plus une logique contre le tourisme car ce qui a été mis en place contribue à l'attractivité de la ville, mais ça n'a pas été fait prioritairement pour le tourisme.

Considérez-vous qu'il y a une bonne articulation entre les offices de tourisme ? Et plus généralement entre les territoires sur les questions touristiques ?

NJ : J'ai été longtemps directeur d'un office de tourisme d'une station balnéaire en Occitanie et je n'avais pas le droit de parler à mon homologue de la ville balnéaire limitrophe... Il y avait sans doute des problématiques personnelles mais aussi probablement une méfiance sur des effets de concurrence entre les deux communes. Aujourd'hui, on n'a plus d'autres choix que de travailler ensemble. Avec la loi NOTRe, les compétences de promotion du tourisme ont, dans une grande mesure, été transférées à l'échelon communautaire. Cela favorise les coopérations. La candidature commune de Lacanau et de Bordeaux Métropole à l'accueil de l'épreuve de surf aux JO de 2024, c'est l'exemple type d'une articulation sur un projet structurant de moyen-long terme. Autre chose : les touristes sont loin d'être immobiles ; pour eux la notion de territoire n'est pas celle des découpages administratifs. Même lors d'un séjour balnéaire, il y a des flux et des reflux entre les territoires, donc un besoin d'articulation. Dans le cadre d'un séjour classique d'une semaine dans le sud de Médoc-Atlantique, que ce soit à Lacanau, à Carcans ou à Hourtin, il y a systématiquement une journée dédiée à la visite de Bordeaux. C'est évident lorsqu'il pleut ; c'est vrai aussi lorsqu'il fait beau. Et Bordeaux est de toute façon un point de référence pour nos touristes. Lorsqu'une famille passe trois semaines dans une résidence secondaire à Lacanau-océan, il y a des membres de la tribu qui viennent ou qui partent en cours de route. La gare ou l'aéroport de Bordeaux sont le point d'accroche. Ou ils vont faire leurs gros achats dans la métropole. Mérignac-Soleil n'est qu'à 45 minutes. Cependant, de là à concevoir

des packages Bordeaux-Océan, il y a un pas. Les gens font ce qu'ils veulent, quand ils le sentent.

JMM : Il n'y a pas de collaboration s'il n'y a pas de point commun. Cela passe par l'intérêt partagé et c'est forcément du cas par cas. La Gironde travaille par exemple avec le Lot-et-Garonne sur le développement d'un tourisme vert autour du canal latéral à la Garonne. Mais, d'une manière générale, les départements de Nouvelle-Aquitaine sont des territoires touristiques très différents donc peu propices à une promotion commune. Et pour ce qui concerne notre travail en Gironde, le schéma départemental du tourisme vise à profiter de l'attractivité des grandes destinations pour irriguer l'ensemble du territoire, faire de la solidarité. Nous ne pouvons évidemment pas le faire sans travailler avec la métropole, Lacanau ou le bassin d'Arcachon. L'objectif, c'est une mutualisation et une synergie en matière de logistique, d'accueils presse, etc. Pour l'information touristique girondine, nous avons un accord qui fonctionne bien : elle est disponible à l'office du tourisme de Bordeaux Métropole et des agents girondins sont mis à disposition pour l'accueil. On travaille également avec Médoc Atlantique sur le bac du Verdon qui est aussi un important point d'entrée dans le département. On vise à ce que l'information soit diffusée partout en Gironde.

NM : Avec Airbnb, Abritel, les échanges de maison, etc., il y a un vrai changement depuis quelques années. De plus en plus, les grandes villes – et c'est vrai à Bordeaux – deviennent aussi un camp de base l'été. Certaines familles louent un appartement ou une maison quinze jours à Bordeaux et rayonnent ensuite sur l'ensemble du territoire. Un jour ils vont à la plage, un autre au golf, le troisième ils visitent un château, etc. Cela n'existait pas auparavant : on ne s'offrait pas un hôtel en ville pendant 15 jours pour une famille.

On entend de plus en plus parler, notamment pour quelques grandes villes européennes, de risques liés à un excès de tourisme. Comment voyez-vous la situation à Bordeaux et sur la côte Atlantique ?

NM : Le concept de surtourisme est à manier avec précaution car il renvoie à des choses tout à fait différentes. Le problème de Barcelone et d'Amsterdam n'est pas du tout le même que celui de Venise par exemple. À Barcelone et Amsterdam, il y a un tourisme de jeunes qui viennent de l'Europe entière faire la fête, certains pour consommer de l'alcool voire de la drogue. En France, on n'a pas ça puisque dès qu'un bar fait un peu de bruit, les riverains le font fermer. Et puis le mojito vendu 4 € sur les ramblas est à 12 € sur le bassin ou à Bordeaux. Donc, on n'aura pas ce

Devant le miroir d'eau, à Bordeaux.





Sur les berges du lac d'Hourtin.

tourisme-là. Après, il y a le tourisme patrimonial. À Venise ou Dubrovnik, il y a tellement de touristes qu'il y a un énorme déséquilibre. Venise est passée de 135 000 à 40 000 habitants en 50 ans. À Dubrovnik, il y a 5 millions de nuitées, autant qu'à Bordeaux, sauf qu'il y a 4 000 habitants dans la vieille ville. Ça, c'est évidemment dévastateur. Et puis il y a aussi une question d'histoire : Nice reçoit des touristes depuis deux siècles, d'abord venus d'Angleterre puis du monde entier. Bordeaux, ça fait 20 ans. On est passé entre 2003 et aujourd'hui de 2 à 7 millions de visiteurs. Ça a été rapide, nous n'avons pas cette culture. Et ça arrive au moment où Airbnb se développe donc on est vigilant sur les effets secondaires qu'on commence à ressentir, notamment sur la hausse des prix immobiliers. Mais il n'y a pas de surtourisme, au sens où on n'a ni les excès de Venise ni ceux de Barcelone...

FD : Au début des années 2000, il y avait un vrai rejet du tourisme à Biscarrosse¹. C'est une station très familiale, avec une offre assez banalisée et, en saison, une forme de tourisme de masse. Il y a 25 000 lits

touristiques, à 87 % en camping. À l'époque, il y avait un apport de jeunes d'Europe du Nord, certains venant pour boire et entraînant des dégradations. J'ai fait une enquête auprès de la population, qui montrait que seulement 51 % des habitants acceptaient le tourisme. Et encore, sous conditions... Plusieurs sujets remontaient : la circulation, le stationnement, l'emploi qui n'est que saisonnier, la sécurité... Nous avons cherché à cibler la clientèle, même si l'on ne peut pas avoir trop de prétention en la matière. Et nous avons aussi essayé de rassurer les résidents permanents et travaillé avec les écoles primaires, pour faire comprendre aux enfants les avantages qu'ils tiraient du tourisme. Maintenant ça se passe plus sereinement. Mais le mois d'août reste compliqué à Biscarrosse : des difficultés de stationnement, des queues devant les boulangeries, une plage suroccupée... En matière de capacité d'accueil, un territoire doit trouver un juste équilibre par rapport à sa taille, sinon cela devient contraignant, aussi bien pour les habitants que pour les touristes. —

1 | Jusqu'en février 2018, Frédérique Dugeny était directrice de l'office de tourisme de Biscarrosse.