



## **MASTER **TOURISME****

Parcours « TIC appliquées au Développement des Territoires  
Touristiques »

### **MÉMOIRE DE **PREMIÈRE** ANNÉE**

# **Le surtourisme : L'exploitation des TIC dans la gestion du surtourisme**

Présenté par :

**Slimane Tandjaoui**

Année universitaire : **2023 – 2024**

Sous la direction de : **Laurence Lafforgue**



**Le surtourisme :**  
**L'exploitation des TIC dans la gestion du**  
**surtourisme**

L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propre à leur auteur(e).

# Remerciements

Je tiens tout d'abord à exprimer ma profonde gratitude envers Madame Laurence LAFFORGUE ma directrice de mémoire, pour son accompagnement précieux tout au long de ce parcours. Sa disponibilité, ses conseils éclairés et sa patience ont été d'une importance capitale dans l'aboutissement de ce travail.

Mes remerciements vont également à l'ensemble de l'équipe pédagogique de l'ISTHIA, pour m'avoir offert les ressources nécessaires à la réalisation de cette recherche. Je souhaite exprimer ma reconnaissance envers le corps professoral, les bibliothécaires et le personnel administratif pour leur soutien constant.

Je tiens à adresser mes plus sincères remerciements à ma famille et à mes amies pour leur soutien inconditionnel et leur encouragement tout au long de cette aventure académique. Leur présence et leurs encouragements ont été pour moi une source de motivation inestimable.

Enfin, je tiens à exprimer ma reconnaissance envers tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à l'aboutissement de ce mémoire. Leurs conseils, leurs encouragements et leur soutien ont été essentiels dans la réalisation de ce projet.

# Sommaire

|                                                                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Remerciements.....                                                                                               | 5         |
| Sommaire .....                                                                                                   | 6         |
| Introduction générale.....                                                                                       | 7         |
| <b>PREMIERE PARTIE : LE SURTOURISME : NOTION ET CONTEXTUALISATION .....</b>                                      | <b>8</b>  |
| Introduction .....                                                                                               | 9         |
| Chapitre 1 : Compréhension du surtourisme et de ses effets .....                                                 | 10        |
| Chapitre 2 : Analyse des défis du tourisme durable face au surtourisme .....                                     | 19        |
| Conclusion .....                                                                                                 | 24        |
| <b>DEUXIEME PARTIE : EXPLORATION DES USAGES DES OUTILS NUMERIQUES POUR REDUIRE LE RISQUE DE SURTOURISME.....</b> | <b>26</b> |
| Introduction .....                                                                                               | 27        |
| Chapitre 1 : Les données numériques comme outil d'aide à la décision pour la gestion des flux                    | 28        |
| Chapitre 2 : Mise en œuvre d'un outil de sensibilisation en ligne dédié à l'écosystème touristique .....         | 41        |
| Conclusion .....                                                                                                 | 55        |
| <b>TROISIEME PARTIE : TERRAIN D'ETUDE ET METHODOLOGIE PROBATOIRE PROPOSEE .....</b>                              | <b>57</b> |
| Introduction .....                                                                                               | 58        |
| Chapitre 1 : Le terrain de recherche : Étretat.....                                                              | 58        |
| Chapitre 2 : Méthodologie probatoire proposée .....                                                              | 62        |
| Conclusion .....                                                                                                 | 63        |
| <b>CONCLUSION GENERALE.....</b>                                                                                  | <b>64</b> |
| <b>BIBLIOGRAPHIE : .....</b>                                                                                     | <b>66</b> |
| <b>TABLE DES FIGURES : .....</b>                                                                                 | <b>67</b> |
| <b>TABLE DES MATIERES : .....</b>                                                                                | <b>68</b> |

## Introduction générale

**A**u cours des dernières années, le surtourisme est devenu plus intense, exacerbant les défis déjà présents dans de nombreuses destinations touristiques populaires à travers le monde. La croissance rapide du tourisme, alimentée par une accessibilité accrue aux voyages et une promotion de destinations sans précédent, a conduit à une surpopulation dans certaines villes emblématiques, mettant en péril leur durabilité et leur attractivité à long terme. Dans ce contexte, l'émergence des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) offre des opportunités prometteuses pour repenser la gestion des flux touristiques et atténuer les effets négatifs du surtourisme. Ce mémoire a donc pour objectif d'analyser l'utilisation des TIC comme outil de gestion du surtourisme.

Dans la première partie, nous plongerons au cœur du surtourisme, explorant ses origines, ses manifestations et ses impacts tant sociaux qu'environnementaux. Nous examinerons également les défis qu'il pose au concept de tourisme durable, soulignant les tensions entre le développement touristique et la préservation des ressources naturelles et culturelles.

Dans la deuxième partie, nous explorerons les possibilités offertes par les technologies numériques pour répondre à la problématique du surtourisme. Nous présenterons les objectifs de cette partie et les solutions envisagées pour une gestion plus efficace des flux touristiques grâce aux TIC.

Dans la troisième partie, nous nous concentrerons sur l'application concrète de nos réflexions théoriques à travers l'étude de cas d'Etretat. Nous présenterons également la méthodologie probatoire proposée pour tester nos hypothèses et évaluer l'efficacité des solutions numériques dans la gestion du surtourisme.

## **Première partie : Le surtourisme : Notion et contextualisation**

## Introduction

Les flux touristiques sont de plus en plus en accroissement à l'échelle mondiale, issue à la fois de la croissance de la population mondiale et des progrès dans l'accessibilité aux vacances et au tourisme, principalement dans les pays en développement. Ces flux sont donc à l'origine de l'accumulation forte de touristes dans des lieux considérés comme attractifs, avec des densités particulièrement révélatrices dans les lieux considérés comme uniques dont la médiatisation est mondiale. Cette situation engendre diverses anomalies, de détériorations et de désagréments dont, globalement, les touristes se conforment mieux que les sociétés d'accueil.

Et si le tourisme de masse influence positivement le développement économique des territoires, il a aussi des effets néfastes environnementaux et sociaux

*« Le surtourisme c'est un peu comme le cholestérol : il y a le bon, les événements culturels, et le mauvais, les classes populaires à la plage »*  
Dit Jean Pinard, directeur du Comité régional du tourisme et des loisirs d'Occitanie.<sup>1</sup>

Cette partie explore le concept de surtourisme, mettant en lumière son apparition dans le contexte de cette étude. Ainsi que des impacts et des conséquences néfastes du surtourisme qui ne sont pas nouveaux dans la recherche contemporaine, notamment pour l'environnement, ainsi que le tourisme durable et ses objectifs pour faire face au surtourisme.

---

<sup>1</sup> Knafo Rémy, 2023, « LA SURMÉDIATISATION DU SURTOURISME : CE QU'ELLE NOUS DIT DU TOURISME (ET DE CEUX QUI EN PARLENT) », <https://www.jean-jaures.org/publication/la-surmediatisation-du-surtourisme-ce-qu'elle-nous-dit-du-tourisme-et-de-ceux-qui-en-parlent/>, jean-jaures.org, 27 septembre 2023, consulté le 20 février 2024

# **Chapitre 1 : Compréhension du surtourisme et de ses effets**

## **1.1. Qu'est-ce que le surtourisme ?**

Le surtourisme est un phénomène qui apparaît lorsque la capacité de charge d'une destination touristique est submergée par un afflux massif de visiteurs. L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) définit la capacité de charge comme

« Le nombre maximum de touristes visitant au même moment un site donné sans causer aucune destruction d'ordre physique, biologique, économique et socioculturel ni une inacceptable dégradation du degré de satisfaction des touristes ».<sup>2</sup>

Donc c'est une manière abstraite et fonctionnelle pour la planification et la gestion du tourisme, visant à déterminer le seuil acceptable de l'intensité des changements anthropiques causés par les touristes dans un lieu donné, même si son application indique également les conditions idéales d'usage touristique.

## **1.2. Les débuts du tourisme de masse**

D'après Boyer tout a commencé au XVIII<sup>e</sup> siècle avec les aristocrates britanniques, qui voyaient le voyage comme une quête noble pour acquérir des connaissances et incarner des vertus dignes d'un parfait "gentleman". Ces expéditions appelées « le Grand Tour », étaient alors considérées comme des voyages éducatifs, nourrissaient l'esprit et élargissaient les horizons intellectuels. (Boyer, 1996, p.28).

---

<sup>2</sup> Bugnot Fabrice, 2015, « À la recherche de la destination durable », *lechatouristique.com*, 1 décembre 2015

Le tourisme à cette époque avait un double objectif, faire du lobbying tout en profitant également des voyages

Au fil du temps, le tourisme s'est diversifié avec l'invention de stations balnéaires telles qu'Arcachon, Deauville, La Baule et Le Touquet. Les stations thermales se sont développées également, tout comme le tourisme de montagne, introduit par des sociétés de commerçants et d'hôteliers pour valoriser leurs vallées.<sup>3</sup>

Ces nouvelles inventions offraient de nouvelles expériences de voyage aux élites en quête de relaxation et d'aventure. Cependant, ces avantages étaient autrefois réservés à une partie de la population, principalement composée de personnes aisées. C'est grâce à des influences culturelles telles que la littérature, avec des auteurs comme Jules Verne, que le voyage a commencé à se démocratiser, ouvrant ainsi la voie à de nouvelles opportunités de découverte pour des classes sociales plus larges.

Pendant l'entre-deux-guerres, peu à peu l'état Français a pris conscience de l'importance du développement touristique, instaurant de diverses initiatives telles que le Crédit hôtelier, les premières réglementations professionnelles, ainsi que la présentation des premiers congés payés, qui ont lieu en 1936<sup>4</sup> marquant une évolution dans l'histoire du tourisme, permettant à un plus large public de travailleurs de profiter de vacances. Les formules d'hébergement attractives, comme les "Bed & Breakfast", ont également permettent l'accès au voyage pour de nombreux voyageurs, contribuant ainsi au développement du tourisme populaire.

Cependant, cette popularité croissante a également engendré des défis, notamment celui du surtourisme, qui se manifeste par une affluence

---

<sup>3</sup> Lehalle evelyne, 2015, « *une brève histoire du tourisme* », <https://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2015/03/05/breve-histoire-du-tourisme/>, 05 mars 2015, consulté le 21 février. 2024

<sup>4</sup> Larané André, 2023, « 20 juin 1936 Le Front populaire généralise les congés payés », *herodote.net*, 19 juin 2023

excessive de visiteurs dans certaines destinations, au détriment de la qualité de vie des habitants locaux et de la préservation du patrimoine. Des villes comme Barcelone ont été confrontées à ces problèmes, suscitant des réactions de la part de résidents inquiets de préserver l'âme et l'identité de leur lieu de vie face à l'afflux touristique.

Alors, quelles sont les différentes raisons pour lesquelles le surtourisme apparaît de plus en plus ?

Le marché des voyages et du tourisme qui est souvent alimenté par une combinaison de facteurs interconnectés, devrait croître à un taux annuel de 3,47 % jusqu'en 2028<sup>5</sup>, Cette croissance est en partie due au développement du transport et la mondialisation ont rendu les voyages moins chers et accessibles à un plus grand nombre de personnes. De plus, les efforts de marketing et de promotion efficaces qui jouent un rôle important pour attirer l'attention des voyageurs, ainsi pour rendre une destination touristique une tendance, renforcer sa notoriété et sa réputation, que ce soit par le biais de réseaux sociaux, de publicités ciblées, de partenariats avec des agences de voyages ou de collaborations avec des influenceurs et des célébrités.

En outre, les conseils de voyage, qu'ils proviennent d'amis, de sites d'avis en ligne ou de blogs spécialisés, influence la prise de décision des voyageurs. Parallèlement, une exposition médiatique positive, que ce soit à travers des émissions de télévision ou de documentaires, des reportages dans des magazines spécialisés, contribuent à accroître la notoriété de la destination et suscite la curiosité des voyageurs potentiels. De plus, des événements spéciaux tels que des festivals culturels, des expositions et des événements sportifs peuvent créer des

---

<sup>5</sup> Statista, 2023, « *Travel & Tourism – Worldwide* », <https://fr.statista.com/recherche/?q=Travel+%26+Tourism+-+Worldwide&p=1>, Décembre 2023, consulté le 23 février 2024

attractions touristiques majeures, attirant un grand nombre de visiteurs. Enfin, l'influence croissante des réseaux sociaux, où les utilisateurs partagent des photos, des vidéos et des récits de leurs voyages, contribue à la popularité croissante des destinations touristiques en les exposant à un large public.

### **1.3. L'étude des impacts sociaux du surtourisme**

Le tourisme est souvent vanté pour ses avantages économiques et son potentiel de développement, mais un tourisme excessif peut également poser des défis sociaux complexes et variés. Exerçant une pression insoutenable sur les infrastructures et les communautés locales à travers la transformation des quartiers influencée par une demande touristique croissante et les investissements qui en résultent, ce processus appelé « La gentrification touristique » génère plusieurs dynamiques clés. (Alain Bourdin, 2008, p24-27)

Premièrement, la croissance du tourisme dans une région incite généralement d'énormes investissements dans les infrastructures touristiques. Ces investissements incluent la construction de restaurants haut de gamme, de nouveaux hôtels et de boutiques élégantes pour répondre aux besoins et aux attentes des visiteurs.

Cependant, cette transformation a des effets significatifs sur le marché immobilier local. Les prix de l'immobilier augmentent, rendant les quartiers autrefois abordables inaccessibles pour de nombreux résidents locaux. Les hausses de loyers obligent souvent ces derniers à déménager vers des zones moins chères, formant ainsi un processus de déplacement et une perte de diversité socio-économique.

Parallèlement, la gentrification touristique change l'identité culturelle et sociale des quartiers touchés. Les nouvelles entreprises et services qui s'établissent ont généralement comme objectif de cibler les touristes, ce qui peut amener à une perte d'authenticité et à une homogénéisation de la culture locale.<sup>6</sup>

Cette transformation n'est pas sans susciter des conflits. Les tensions apparaissent entre les nouveaux arrivants, qui sont souvent des touristes ou des investisseurs, et les résidents locaux, concernant des problèmes tels que le bruit, la sécurité et l'accès aux services publics. Ces luttes reflètent les inégalités sociales et économiques exacerbées par la gentrification touristique.

Malgré les avantages économiques potentiels, la gentrification touristique peut également avoir des répercussions négatives sur l'économie locale, en marginalisant les petites entreprises et en favorisant les grandes chaînes touristiques.

Prenant l'exemple de la ville de Barcelone qui s'est fait une place parmi des destinations incontournables dans le monde. Bien que les hôtels et complexes touristiques aient commencé à se développer dans les années 1960 et 1970 le long de la Costa Brava, c'est qu'avec l'accueil des Jeux olympiques de 1992 que la ville est devenue une destination de renommée mondiale.<sup>7</sup>

L'attractivité de Barcelone dépend en partie dans ses avantages naturels et culturels, tels que son endroit privilégié, son climat de type méditerranéen, sa richesse culinaire et culturelle. Toutefois, son succès touristique a été également modelé par les efforts du gouvernement local et de l'office du tourisme, qui ont travaillé sans cesse pour attirer constamment plus de visiteurs. Malheureusement, cette popularité a

---

<sup>6</sup> Desmas Margot et Pernet-Duparc Ingrid, 2023, « "Il y a une souffrance au quotidien" : le ras-le-bol des habitants de la vieille ville d'Annecy face au "surtourisme" », *france3-regions.francetvinfo.fr*, 16 juillet 2023

<sup>7</sup> M.Boisseau, L.Krikorian, E.Gazengel, M.Le Rue, 2023, « Espagne : comment les JO de Barcelone de 1992 ont transformé la ville », *francetvinfo.fr*, 09 juillet 2023

engendré une affluence massive de touristes, et a créé une pression importante sur la ville.

Le tourisme de masse à Barcelone n'est pas restreint à des vagues successives, c'est plutôt une immense vague de visiteurs qui submerge la ville chaque été. Cette concentration touristique a présenté des défis majeurs en termes de gestion urbaine. Les zones les plus touchées sont souvent celles qui attirent le plus les touristes, laissant peu de place à la vie locale authentique. Les résidents se retrouvent confrontés à une surpopulation constante et à une hausse des loyers, ce qui rend parfois difficile le maintien en ville.<sup>8</sup>

Même les touristes qui séjournent dans la ville n'y passent que deux nuits en moyenne, ce qui limite leur capacité à découvrir Barcelone en profondeur. La plupart d'entre eux se concentrent sur les attractions les plus célèbres, ce qui contribue à la saturation de ces lieux emblématiques.

Bien que le tourisme représente une grande partie dans l'économie de Barcelone, contribuant à environ 15 % de son PIB avant la pandémie, les bénéfices financiers ne compensent pas toujours les problèmes sociaux et environnementaux associés au tourisme de masse. Les résidents se retrouvent souvent marginalisés, avec la disparition des commerces locaux au profit de boutiques touristiques et de cafés chers.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Thibaud Cécile, 2022, « Barcelone, saturée face au surtourisme, peine à se réinventer », *lesechos.fr*, 8 août 2022

<sup>9</sup> AFP, 2022, « A Barcelone, le retour des touristes relance les polémiques », *letemps.ch*, consulté le 22 février 2024

Face à ces défis, les Barcelonais expriment de plus en plus leur mécontentement. Des manifestations et des slogans anti-touristes montrent leur frustration croissante face à l'impact négatif du tourisme sur leur qualité de vie. Pour beaucoup, il ne s'agit pas d'une opposition aux touristes eux-mêmes, mais plutôt d'un manque de réglementation et aux politiques favorisant l'industrie touristique par rapport à la population locale.

**Figure 1 : Photographie**



*Barcelone, 26 septembre 2023, « Le tourisme de masse de retour à Barcelone ? », le petit journal, <https://lepetitjournal.com/barcelone/actualites/tourisme-masse-barcelone-337255>*

#### **1.4. L'évaluation de ses impacts environnementaux**

La relation entre le tourisme et l'environnement est complexe. Une grande variété d'activités touristiques peut avoir des répercussions néfastes sur l'environnement. Cela englobe la construction et l'exploitation d'hôtels, de piscines et de terrains de golf, ainsi que la consommation d'eau par les touristes, surtout lorsque cette consommation dépasse la capacité environnementale des sites ou en cas de mauvaise planification et gestion du tourisme par les entreprises.

Cela se traduit par une surconsommation des ressources en eau qui peut entraîner des pénuries d'eau et la détérioration des réserves d'eau, notamment dans des régions comme la Méditerranée<sup>10</sup>, où la question de la pénurie d'eau est particulièrement préoccupante, en raison du climat chaud qui invite les touristes à consommer davantage d'eau en vacances qu'à domicile, avec une utilisation pouvant atteindre jusqu'à 440 litres par jour, presque le double de la consommation moyenne des résidents d'une ville espagnole de taille moyenne, Cette surconsommation entraîne une production accrue d'eaux usées. (Atout France, 2011, p.13)

De plus, la construction croissante d'infrastructures touristiques dans des zones sensibles telles que les zones humides, les forêts et les sols fertiles peut causer la dégradation des terres, ce qui accroît la pression sur ces ressources et sur le paysage et provoque ainsi le déplacement d'animaux dû aux nuisances sonores et à la destruction de leurs habitations.

---

<sup>10</sup> Hortense Chauvin, 2023, « *En Méditerranée, vers une sécheresse quasi permanente* », <https://reporterre.net/En-Mediterranee-vers-une-secheresse-quasi-permanente>, 27 mai 2023, consulté le 02 mars 2024

En outre, les émissions de carbone issues du transport touristique constituent la principale source d'émissions de gaz à effet de serre, représentant 20 à 30 % des émissions du secteur aérien, ce qui équivaut à 4 à 5 % des émissions mondiales de dioxyde de carbone.<sup>11</sup>

Prenant exemple d'Étretat connue pour ses pittoresques falaises de craie, attire depuis des décennies des visiteurs du monde entier en France. En 2022, le nombre de visiteurs dans la petite ville côtière était supérieur au nombre de résidents locaux avec une estimation de 1.5 millions de visiteurs,<sup>12</sup> la ville ne pouvait plus gérer cette augmentation, et la station d'épuration a dû être fermée pour maintenance car elle ne pouvait plus gérer l'héritage des foules. C'est pourquoi les autorités locales ont dû s'attaquer au problème, trouver un équilibre et mettre un terme aux chiffres, surtout en haute saison.<sup>13</sup>

De plus, il y avait de fréquents glissements de terrain dus à la foule de touristes sur les pistes, causant une chute de trois touristes.<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Bérénice OseVert, 2019, « *Tourisme et Écologie : État des lieux d'un désastre environnemental* », <https://oservert.fr/tourisme-pollution/#:~:text=Premi%C3%A8re%20source%20d'%C3%A9missions%20de,du%20moyen%20de%20transport%20choisi>.

24 mars 2019, consulté le 02 mars 2024

<sup>12</sup> Gourdon Jessica, 2023, « Le village d'Étretat, rongé par le surtourisme, suffoque : « Il y a tellement de monde que les gens font n'importe quoi » », *Lemonde.fr*, 11 avril 2023

<sup>13</sup> Makooi Bahar, 2022, « Face à l'excès de touristes, les sites naturels français se rebiffent », *France24.com*, 10 juillet 2022

<sup>14</sup> Malandain Cassie, 2023, « Étretat face au surtourisme : de nouvelles mesures sont prévues pour y remédier », *actu.fr*, 23 Août 2023

## **Chapitre 2 : Analyse des défis du tourisme durable face au surtourisme**

### **2.1. Le tourisme durable et ses objectifs**

D'après l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) le tourisme durable est

*« 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 »<sup>15</sup>*

Les principes du tourisme durable ont été définis en 1995 par la Comité 21 et mis à jour en 2004 par la Comité de développement durable du tourisme de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) : ils sont applicables à toutes les formes et à tous les domaines du tourisme jusqu'au tourisme de masse, dans tous les types de destinations. Selon ces principes, le tourisme durable doit :

1. Exploitation optimale des ressources environnementales qui constituent un élément essentiel du développement touristique, tout en préservant les écosystèmes essentiels et en contribuant à la protection des ressources naturelles et de la biodiversité ;
2. Respecter l'identité sociale et culturelle des communautés locales, en préservant leur patrimoine bâti et immatériel, ainsi que leurs valeurs traditionnelles. Cela implique également de promouvoir la compréhension et la tolérance entre les différentes cultures ;
3. Assurer une activité économique en offrant des avantages sociaux et économiques équitables à toutes les parties prenantes, notamment des emplois stables, des opportunités de profit et des services sociaux pour

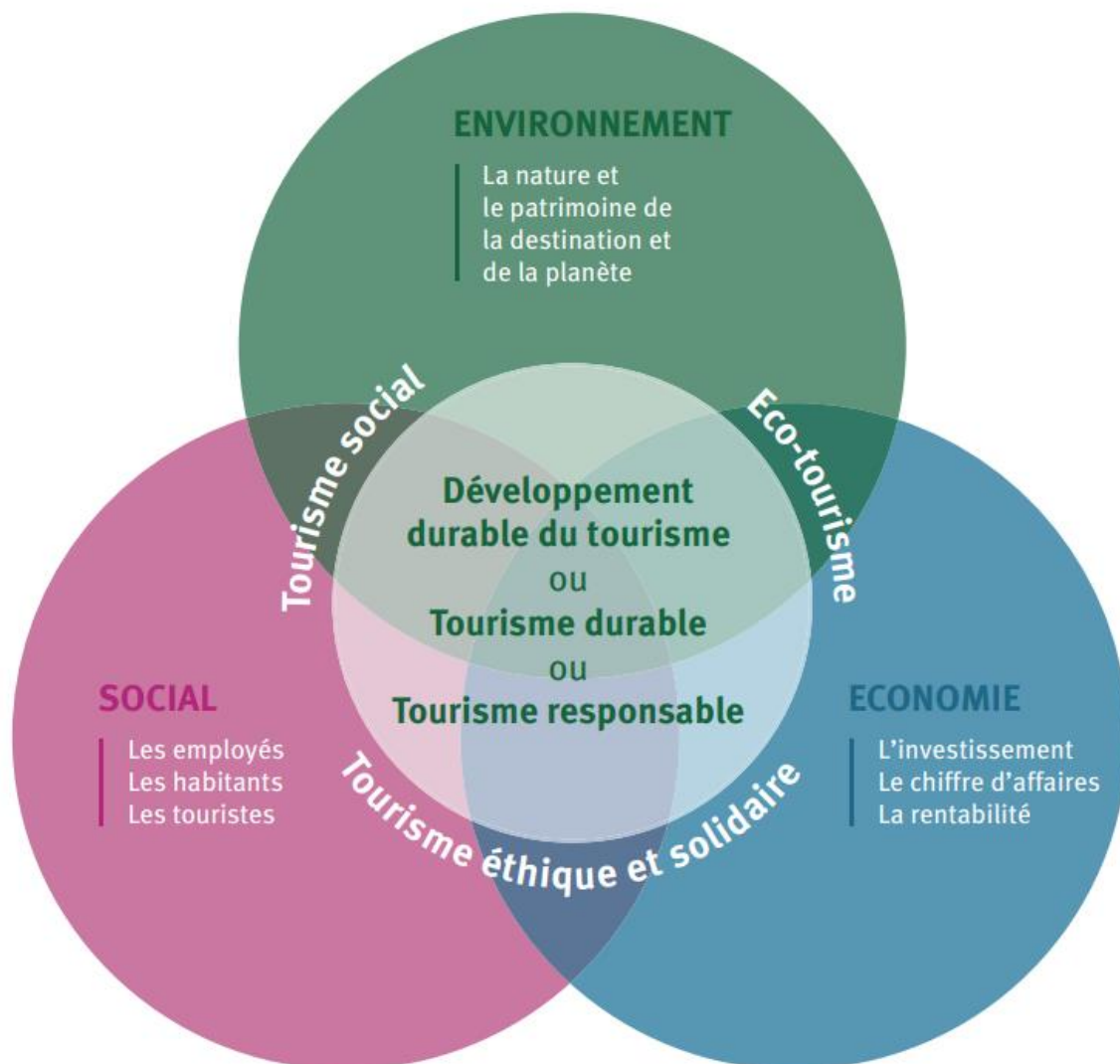
---

<sup>15</sup> OMT, 2005, « *Tourisme de développement durable* », <https://www.unwto.org/fr/tourisme-developpement-durable>, 2005, consulté le 03 mars 2024

les communautés d'accueil. Cela contribue à réduire la pauvreté en assurant une répartition équitable des ressources et des opportunités.<sup>16</sup>

**Figure 2**

**SCHÉMA DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DU TOURISME**



**Source : Atout France, 2011, p.17**

<sup>16</sup> Hilgros Chloé, 2022, « Le tourisme de demain sera durable, ou ne sera pas », <https://engage.world/tourisme-durable-sophie-portier/>, 21 juillet 2022, consulté le 03 mars 2024

## **2.2. Les formes du tourisme durable**

Tourisme responsable : Le tourisme responsable consiste à minimiser autant que possible l'impact sur l'environnement et la culture locale lors des voyages.

Tourisme équitable : Le tourisme éthique implique une gamme d'activités touristiques qui se fondent sur les principes du commerce équitable, où une partie du coût du séjour est directement allouée au développement local

Slow tourisme : Le slow tourisme implique d'explorer les destinations de voyage à un rythme détendu tout en mettant l'accent sur la préservation de l'environnement. Cela signifie prendre son temps lors des déplacements (en choisissant des moyens de transport plus lents), rencontrer des habitants ou d'autres voyageurs, et découvrir la culture locale de manière approfondie.

Tourisme solidaire : Le tourisme solidaire repose principalement sur un objectif de développement régional et de rapprochement avec les populations locales.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Badillo Anaïs, 2023, « *Tourisme durable : définition, enjeux et exemples* », <https://climate.selectra.com/fr/comprendre/tourisme-durable>, 28 juillet 2023, consulté le 03 mars 2024

### **2.3. Les défis face au tourisme durable**

Imposer le tourisme durable face au surtourisme présente plusieurs défis en raison de divers facteurs, les bénéfices sont souvent tirés par les acteurs de l'industrie touristique, comme celle des hôtels, des agences de voyages et des compagnies aériennes, sont souvent le moteur économique. Ils peuvent hésiter à opter pour des pratiques plus durables si cela risque de nuire à leurs bénéfices, surtout si leurs concurrents n'adoptent pas les mêmes normes.

En outre, une résistance au changement peut surgir parmi les acteurs locaux, notamment ceux qui dépendent économiquement du tourisme de masse. Les inquiétudes concernant la perte d'emplois ou de revenus rendent souvent difficile l'adoption de mesures visant à atténuer les effets du surtourisme.

De plus, la manière dont les gens choisissent leurs destinations de voyage dépend souvent de leurs préférences personnelles, ce qui ne signifie pas toujours qu'ils choisiront des endroits respectueux de l'environnement ou des communautés locales. Souvent, les touristes sont attirés par des destinations populaires et dynamiques sans tenir compte des impacts environnementaux, sociaux et économiques. De plus, de nombreux voyageurs ne réalisent pas les dommages causés par le surtourisme ni les avantages du tourisme durable, et dans de nombreux endroits, l'absence de réglementation et de gouvernance efficaces peut empêcher le contrôle du développement du tourisme et le respect des normes de durabilité. Cela crée un terrain fertile pour le surtourisme, qui sape les efforts visant à parvenir à un tourisme durable. Pour réussir, la promotion du tourisme durable nécessite une coopération entre diverses parties prenantes, telles que les autorités locales, les entreprises touristiques, les résidents et les organisations internationales.

## **2.4. Mobiliser les acteurs et sensibiliser les publics**

Le tourisme durable, même s'il n'est pas nouveau, reste une préoccupation actuelle. La sensibilisation du public ne suffit plus, les signaux émis par les citoyens, les institutions et les entreprises nécessitent des actions concrètes de la part de tous. De nombreuses initiatives, tant secrètes que publiques, témoignent de cet engagement, tant de la part des offices de tourisme que des acteurs du secteur touristique en général. Cependant, le véritable défi reste de veiller à ce que ces actions suscitent la sensibilisation, le scepticisme et la diffusion du public.

Les offices de tourisme, grâce à leurs connexions étendues et leur ancrage régional, peuvent jouer un rôle crucial dans la structuration et la promotion d'initiatives durables, tout en sensibilisant le public. Il s'agit d'une stratégie à long terme, impliquant non seulement une sensibilisation mais également une responsabilité en matière de pratiques touristiques durables. Il faut d'abord convaincre et mobiliser les acteurs internes, comme les institutions et entreprises locales, puis les consommateurs, qu'ils soient voyageurs ou résidents.

La sensibilisation au tourisme durable implique des publics divers, sans faire de distinction entre les touristes et les autres utilisateurs, y compris les écoliers et les enfants en tant que principaux influenceurs locaux. Les entreprises privées, en tant qu'utilisateurs et prescripteurs clés, devraient être associées aux initiatives environnementales et jouer un rôle clé dans la sensibilisation des voyageurs. Les autorités locales jouent également un rôle important dans la sensibilisation, tant des habitants du territoire que des acteurs institutionnels.

Les événements touristiques et culturels offrent de précieuses opportunités de sensibilisation, d'attirer un large public et de diffuser des messages sur le tourisme durable.<sup>18</sup>

## Conclusion

En conclusion, la croissance des flux touristiques à l'échelle mondiale, issue d'une croissance démographique et la facilité de l'accessibilité des voyages, a conduit à une concentration accrue des touristes dans des destinations populaires, générant des défis majeurs. Malgré les avantages économiques positifs du tourisme de masse, ses impacts négatifs sur l'environnement et les communautés locales deviennent de plus en plus évidents, engendrent des préoccupations majeures telles que la dégradation des infrastructures, la gentrification des quartiers locaux, la perte d'authenticité culturelle et les dommages environnementaux. Face à ces défis, le tourisme durable apparaît comme une solution potentielle visant à réduire les impacts économiques, sociaux et environnementaux tout en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels et des communautés d'accueil.

Cependant, la mise en œuvre du tourisme durable est entravée par de nombreux obstacles, notamment l'absence de réglementation efficace, la résistance au changement de la part des acteurs locaux et la préférence des touristes pour des destinations populaires plutôt que durables. Pour relever ces défis, une coopération étroite entre les autorités locales, les entreprises touristiques, les résidents et les organisations internationales est nécessaire, la sensibilisation du public à la promotion de pratiques touristiques plus responsables et durables

---

<sup>18</sup> Monatourisme, 2019, « *Sensibiliser les publics au tourisme durable* », <https://www.monatourisme.fr/tourisme-durable-sensibiliser-publics/>, 8 août 2019, consulté 03 mars 2024

En fin de compte, la transition vers un modèle touristique plus durable nécessite une action concertée à tous les niveaux, depuis la planification et la gestion des destinations jusqu'à l'éducation et la sensibilisation du public. Seul un engagement collectif peut concilier les bénéfices économiques du tourisme avec la préservation des ressources naturelles et culturelles pour les générations futures.

## **Deuxième partie : Exploration des usages des outils numériques pour réduire le risque de surtourisme**

## Introduction

**L**e tourisme a connu une évolution importante au fil des siècles, a passé d'un phénomène restreint aux voyages d'élite à une activité mondiale ouverte à des millions de personnes.

Si l'ère industrielle a apporté un nouvel élan au tourisme, l'avènement de l'ère numérique a radicalement changé l'industrie ces dernières décennies.

De plus, la pandémie de COVID-19 a accélérée la transformation numérique de l'industrie touristique. Les entreprises ont été rapidement obligées à mettre en place des technologies innovantes pour s'adapter aux nouveaux changements dans le secteur et offrir des nouvelles expériences plus sûres et plus connectées aux voyageurs.<sup>19</sup>

A cause de ce développement, qui a facilité le processus de voyage, réservation ou encore influencer les décisions des voyageurs, nous contribuons de plus en plus à accroître les impacts négatifs du surtourisme, mais ces évolutions numériques peuvent nous aider à mettre en œuvre des solutions adéquates pour résoudre et minimaliser ces effets néfastes dans cette deuxième partie nous allons explorer les avantages des données numériques pour gérer les flux touristiques.

Dans cette partie nous explorons comment les données numériques servent comme un outil l'aide à la décision et le rôle des différents outils de sensibilisation misent en ligne,

---

<sup>19</sup> Saboureau Quentin, 2022, « *Tourisme Numérique : Comment résoudre les conséquences de la Crise Sanitaire* », <https://www.tictactrip.eu/blog/le-numerique-dans-le-tourisme-pour-surpasser-la-crise-du-covid-19/>, 01 avril 2022, consulté le 06 mars 2024

# **Chapitre 1 : Les données numériques comme outil d'aide à la décision pour la gestion des flux**

## **1.1 Introduction aux données numériques**

Dans l'ère du tourisme moderne, l'industrie du voyage continue de se transformer rapidement, portée par plusieurs évolutions majeures, notamment la naissance d'Internet et des médias sociaux qui ouvrent de nouvelles visions pour les voyageurs du monde entier, leur permettent de découvrir, d'organiser et de réserver leurs voyages avec une facilité et une accessibilité sans précédent, ont révolutionnés la façon dont les voyageurs interagissent avec les destinations touristiques en utilisant des plateformes en ligne telles que les sites de réservation d'hôtels, les agences de voyages sur le net et les réseaux sociaux, offrant une multitude d'informations, de recommandations et d'opportunités d'engagement.

Grâce à ces activités sur le net, les données générées en ligne et hors ligne des voyageurs peuvent fournir des informations précieuses sur les tendances du marché, ou les comportements des consommateurs et les préférences des voyageurs, en analysant ces données de manière stratégique, les acteurs du tourisme peuvent anticiper les besoins des voyageurs et rester compétitives et personnaliser leurs offres et améliorer l'expérience globale du voyage, en combinant une compréhension approfondie des tendances du marché avec l'utilisation stratégique des données numériques, les acteurs du tourisme peuvent prospérer dans ce paysage dynamique et offrir des expériences de voyage mémorables et authentiques à leurs clients.

Cependant, il est essentiel que les professionnels du tourisme adoptent des pratiques responsables en matière de collecte, d'utilisation et de partage des données, car l'utilisation de ces données numériques

soulève des questions en matière de protection de la vie privée et de sécurité des données et d'éthique.

### **1.1.1. Les données numériques comme aide de décision**

Les données numériques sont des informations précieuses pour servir en tant qu'outil de décision, Voici en quoi elles peuvent être utiles<sup>20 21</sup> :

- a) Compréhension des comportements des voyageurs : Les données numériques permettent de suivre et d'analyser les différents aspects du comportement des voyageurs, tels que leurs préférences de voyage ou leurs destinations favorites ou encore leurs activités pendant le séjour, cette compréhension détaillée des attentes des touristes est essentielle pour créer des expériences touristiques attrayantes et personnalisées.
- b) Anticipation des tendances du marché : En analysant les données numériques liées aux activités des voyageurs telles que les recherches en ligne, les réservations et les interactions sur les réseaux sociaux, les professionnels du tourisme peuvent détecter les tendances émergentes du marché. Cette capacité à anticiper les évolutions du secteur leur permet d'adapter leurs stratégies de marketing, de développement de produits et de gestion des destinations en conséquence.
- c) Personnalisation des offres touristiques : Grâce aux données numériques, il est possible de segmenter les clients en fonction de leurs caractéristiques démographiques, de leurs préférences de voyage, de leur historique d'achats, etc. Cette segmentation permet de proposer des offres et des expériences touristiques personnalisées, répondant ainsi aux besoins spécifiques de chaque segment de clientèle.

---

<sup>20</sup> DataValueConsulting, 2022, « *Big Data et Tourisme : quelles opportunités ?* », <https://datavalue-consulting.com/big-data-tourisme/>, 25 mai 2022, consulté le 06 mars 2024

<sup>21</sup> Pole-tes, « Le Numérique comme solution au surtourisme », <https://actualites.pole-tes.com/le-numerique-comme-solution-au-surtourisme/>, consulté 06 mars 2024

d) Prise de décisions stratégiques basées sur des données probantes : Les données numériques constituent une base réaliste pour la prise de décision stratégique dans tous les domaines du tourisme, qu'il s'agisse de l'allocation des ressources, de l'élaboration de politiques ou de la planification de campagnes de marketing. En s'appuyant sur des données probantes, les décideurs peuvent maximiser l'efficacité de leurs actions et minimiser les risques d'erreurs stratégiques.

e) Gestion des destinations : Les données numériques peuvent aider les destinations touristiques à surveiller et à gérer l'affluence touristique, à optimiser l'utilisation des infrastructures et des ressources, et à concevoir des politiques de développement durable. Par exemple, l'analyse des données de localisation GPS peut permettre de suivre les flux de touristes dans une ville et d'identifier les zones à forte fréquentation.

f) Tarification dynamique : Les données numériques permettent aux entreprises touristiques d'ajuster dynamiquement leurs prix en fonction de la demande, des tendances du marché et d'autres facteurs pertinents comme la météo. Par exemple, les compagnies aériennes utilisent des algorithmes basés sur les données pour déterminer les tarifs des billets en temps réel en fonction de la demande prévue et des niveaux de concurrence.

### **1.1.2. Types des données numériques<sup>22</sup>**

#### **Données de localisation GPS ou spatiales :**

Les données spatiales s'avèrent être un outil très utile pour analyser les régions ainsi que les clients des entreprises touristiques, elles sont généralement collectées par des satellites en orbite autour de la Terre.

Elles permettent de déterminer la localisation géographique de points d'intérêt, de personnes, ainsi que de phénomènes ou d'événements. Par exemple, elles peuvent être utilisées pour cartographier une zone. Les visiteurs ont souvent recours aux cartes pour s'orienter pendant leur séjour. Ces cartes, qu'elles soient numériques ou imprimées, sont d'un grand intérêt pour les bureaux d'accueil et d'information, car elles constituent également un outil de promotion de leurs territoires.

Les données de téléphonie mobile des opérateurs permettent de suivre le comportement des individus en temps réel. Prenons l'exemple d'une destination de ski populaire qui souhaite savoir où se rendent les visiteurs dans la station en cas de mauvais temps. Les données des téléphones mobiles peuvent révéler les trajets empruntés par les individus. Ces données sont ensuite regroupées en sous-catégories en fonction de leurs habitudes. Cela permet d'optimiser l'offre touristique pour mieux répondre aux besoins des différents secteurs observés.

De même, les données des téléphones mobiles fournissent des informations aux responsables sur la participation à des lieux ou à des événements spécifiques. Ces informations collectées sont utilisées pour développer des stratégies visant à rediriger les touristes vers des zones moins fréquentées ou à gérer les files d'attente. En formant des algorithmes d'intelligence artificielle à partir de ces ensembles de

---

<sup>22</sup> Blanchet Cyril, 2020, « Quelles sont les sources de données touristiques ? », <https://destination.hypotheses.org/1071>, 05 novembre 2020, consulté le 06 mars 2024

données, il est possible de fournir des prédictions sur la fréquentation de certains lieux.<sup>23</sup>

### **Données de réservation :**<sup>24</sup>

Les données de réservation permettent d'analyser les tendances de réservation, par exemple les périodes de pointe, durée moyenne de séjour ou le types d'hébergement préférés des voyageurs, pour pouvoir ajuster l'offre touristique et optimiser la gestion des flux, Les entreprises recueillent des données de différentes manières, à partir de nombreuses sources telle que les sites web des réservations, les applications de voyage ou les agences de voyages

### **Données démographiques :**

L'avantage des données démographiques, est de permettre de définir l'âge, le sexe, provenance...etc. Et leurs collections se fait à travers des enquêtes, des bases données, ou sur des sources en ligne comme OpenDataSoft.

Ces données aident à cibler des groupes et faire des segmentations soit par le sexe, l'âge ...etc.<sup>25</sup>

### **Autres types de données pertinentes :**

**Météorologie** : Pour voir comment les conditions météorologiques influent sur les flux touristiques.

**Événements locaux** : Impact des événements culturels, sportifs, ou politiques sur l'afflux touristique.

---

<sup>23</sup> Dubois Anne-Julie, 2019, « Le potentiel des données spatiales en tourisme », [https://www.tourmag.com/Le-potentiel-des-donnees-spatiales-en-tourisme\\_a99122.html](https://www.tourmag.com/Le-potentiel-des-donnees-spatiales-en-tourisme_a99122.html), 17 juin 2019, consulté le 06 mars 2024

<sup>24</sup> Tourmag, 2017, « Big Data : Amadeus lance une suite d'analyse de données pour stimuler les destinations de voyage », [https://www.tourmag.com/Big-Data-Amadeus-lance-une-suite-d-analyse-de-donnees-pour-stimuler-les-destinations-de-voyage\\_a87371.html](https://www.tourmag.com/Big-Data-Amadeus-lance-une-suite-d-analyse-de-donnees-pour-stimuler-les-destinations-de-voyage_a87371.html), 22 mai 2017, consulté le 06 mars 2024

<sup>25</sup> Juillet Romain, 2022, « Que valent vraiment vos données personnelles et comment sont-elles utilisées ? », <https://www.bocasay.com/fr/valent-donnees-personnelles-comment-utilisees/#:~:text=Bien%20utilis%C3%A9es%2C%20les%20donn%C3%A9es%20aident,de%20valeur%20pour%20le%20client.>, 13 mai 2022, consulté le 06 mars 2024

**Médias sociaux** : Utilisation des données provenant de plateformes sociales pour évaluer la popularité des destinations.

### **1.1.3. La collecte des données numériques**

#### **Sondages en ligne :**

Les enquêtes en ligne constituent un moyen efficace de collecter des données sur les préférences des touristes, leurs habitudes de voyage et leurs opinions sur les destinations. Cette approche permet aux chercheurs et aux entreprises d'interroger rapidement et efficacement un large échantillon de personnes, fournissant ainsi des informations précieuses pour orienter les stratégies de marketing et de développement du tourisme.

L'un des principaux avantages des enquêtes en ligne est leur accessibilité. En effet, les participants peuvent répondre aux questionnaires de n'importe où et à tout moment, à condition d'avoir accès à Internet. Cette accessibilité accrue permet aux chercheurs d'atteindre des publics divers et géographiquement dispersés, élargissant ainsi la portée des données collectées.

De plus, les enquêtes en ligne offrent une facilité de mise en œuvre sans précédent. Les questionnaires peuvent être créés, distribués et analysés rapidement et à moindre coût par rapport aux méthodes traditionnelles telles que les enquêtes téléphoniques ou en personne. Cette rapidité et cette efficacité permettent aux chercheurs de collecter des données en temps réel et de réagir rapidement aux tendances émergentes.

Cependant, malgré leurs nombreux avantages, les enquêtes en ligne présentent également des défis. Le principal défi réside dans le biais de sélection des répondants. Les personnes qui répondent aux sondages en

ligne peuvent ne pas être représentatives de la population dans son ensemble, ce qui peut biaiser les résultats. En outre, la qualité des données peut être affectée par des réponses inexactes ou incomplètes, ce qui limite la fiabilité des conclusions tirées des enquêtes.

Un autre défi est le faible taux de réponse. De nombreux participants potentiels peuvent choisir de ne pas répondre aux sondages en ligne, ce qui peut donner lieu à un échantillon non représentatif et affecter la validité des résultats. Les chercheurs doivent donc mettre en œuvre des stratégies pour encourager la participation et améliorer la représentativité de leur échantillon.<sup>26</sup>

### **Applications mobiles :**

Ils constituent un moyen efficace d'obtenir une variété d'informations précieuses, depuis les itinéraires de voyage jusqu'aux activités sur place et aux interactions avec les attractions touristiques, la simplicité d'utilisation les rend accessible à un large public, tandis que leurs capacités à fournir des données en temps réel permet aux professionnels du tourisme de réagir rapidement aux tendances émergentes.<sup>27</sup>

### **Capteurs IoT (Internet des objets) :**

Les capteurs IoT peuvent être déployés stratégiquement dans ces emplacements pour collecter diverses données, du trafic spatial à la qualité de l'air et à la consommation d'énergie.

---

<sup>26</sup> Musaddiq Shaikh, « Sondages en ligne : de quoi s'agit-il, avantages et exemples », <https://www.questionpro.com/blog/fr/what-are-online-surveys/#:~:text=Qu'est%2Dce%20qu',sur%20le%20World%20Wide%20Web.>, consulté le 06 mars 2024

<sup>27</sup> Neault Chantal, 2021, « *LES DONNÉES MOBILES AU CŒUR DES STRATÉGIES* », <https://veilletourisme.ca/2021/02/23/donnees-mobiles-strategies/>, 23 février 2021, consulté 06 mars 2024

L'un des aspects clés de l'intégration des capteurs IoT dans le tourisme est la variété des types de capteurs disponibles. Il s'agit notamment des capteurs de mouvement, qui mesurent l'activité des visiteurs sur les sites touristiques, des capteurs environnementaux, qui surveillent les conditions météorologiques et les niveaux de pollution, et des capteurs de température, qui garantissent le confort des visiteurs dans divers environnements.

Les avantages des capteurs IoT en tant que méthodes de collecte de données sont significatifs. Il offre la possibilité de fournir des données en temps réel, permettant de prendre des décisions rapides et réactives.

De plus, l'automatisation des processus de collecte de données réduit la charge de travail humaine et améliore l'efficacité opérationnelle. De plus, les capteurs IoT sont généralement peu coûteux à entretenir, ce qui en fait une option intéressante d'un point de vue financier.

Cependant, le déploiement de capteurs IoT dans les environnements touristiques n'est pas sans défis. Des questions telles que la connectivité réseau dans les zones reculées, la gestion du grand volume de données collectées et la robustesse des appareils dans des conditions parfois extrêmes doivent être prises en compte et résolues pour garantir le succès de ces initiatives.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Barten Martijn, 2024, « *Comment l'Internet des objets (IoT) peut profiter à l'industrie du voyage* », <https://www.revfine.com/fr/industrie-du-voyage-internet-des-objets/>, 06 janvier 2024, consulté le 06 mars 2024

#### **1.1.4. Défis et opportunités**

Protection de la vie privée : La collecte et l'utilisation de données numériques soulèvent des préoccupations quant à la confidentialité des informations personnelles des voyageurs. Les professionnels du tourisme doivent être conscients des réglementations en matière de protection des données telles que le RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données) et s'assurer que leurs pratiques sont conformes à ces normes.

Sécurité des données : Les données numériques sont vulnérables aux cyberattaques et à la violation de la sécurité. Il est essentiel de mettre en place des mesures de sécurité robustes pour protéger les informations sensibles des touristes et prévenir les incidents de sécurité.<sup>29</sup>

Interprétation des données : La quantité de données disponibles peut être écrasante, et il est parfois difficile de distinguer les informations pertinentes des bruits de fond. Les professionnels du tourisme doivent être en mesure d'analyser et d'interpréter correctement les données pour en tirer des insights utiles et prendre des décisions éclairées.<sup>30</sup>

Innovation et compétitivité : Malgré ces défis, l'utilisation efficace des données numériques peut conduire à des innovations significatives dans le secteur du tourisme et renforcer la compétitivité des destinations. Les acteurs du tourisme doivent être prêts à adopter de nouvelles technologies et à investir dans des compétences en analyse de données pour rester à la pointe de l'industrie.

---

<sup>29</sup> Lainé Linda, 2023, « Voyageurs du Monde victime d'une cyberattaque », <https://www.lechotouristique.com/article/voyageurs-du-monde-victime-dune-cyberattaque>, 09 mai 2023, consulté le 06 mars 2024

<sup>30</sup> Chabanne Xavier, 2023, « Dans un monde dominé par les données, le patron a-t-il vraiment toujours le dernier mot ? », <https://www.bilan.ch/story/dans-un-monde-domine-par-les-donnees-le-patron-a-t-il-vraiment-toujours-le-dernier-mot-532249964548>, 07 juin 2023, consulté le 06 mars 2024

## **1.2 Méthodes et les outils d'analyse des données numériques**

### **1.2.1. Les méthodes d'analyse des données numériques**

Il existe une variété de types d'analyse de données qui permettent aux entreprises d'extraire des informations de différentes manières. Chacun de ces types d'analyse a une approche unique pour explorer et comprendre les tendances et modèles cachés.

Ces différents types d'analyse de données peuvent être utilisés seuls ou en combinaison pour aider à prendre des décisions éclairées.

**a) L'analyse descriptive :** L'objectif principal de l'analyse descriptive est de fournir une description complète et cohérente des données afin de mieux comprendre leur structure et leurs caractéristiques. Cela implique de collecter des statistiques sur les données, telles que la moyenne, la médiane, l'écart type, la distribution, etc. Cela peut également inclure la visualisation des données sous forme de graphiques et de tableaux pour une compréhension facile, elle permet d'évaluer les performances des destinations touristiques et de leurs infrastructures associées. En étudiant des indicateurs tels que l'occupation des hôtels ou le nombre de visiteurs dans les attractions touristiques et les revenus touristiques.

**b) L'analyse explicative :** L'objectif principal de l'analyse explicative consiste à comprendre les explications en établissant certaines corrélations entre différentes variables et comment elles affectent une variable d'intérêt. Cela peut inclure la prédiction de la valeur future d'une variable sur la base des valeurs passées et/ou actuelles d'autres variables, les experts du tourisme peuvent mieux comprendre les forces qui alimentent le surtourisme, en examinant les données historiques et en

identifiant des différentes variables telles que la popularité croissante sur les réseaux sociaux, les promotions de voyages attrayantes, les politiques d'accès accessibles et les événements locaux majeurs.

**c) L'analyse prédictive** : L'analyse prédictive est un moyen puissant d'apprendre des données historiques et de prendre des décisions éclairées basées sur des prédictions fiables, en collectant et en analysant des données historiques sur les flux touristiques, notamment les réservations d'hôtels, les achats de billets d'avion et les données de géolocalisation des applications de voyage, les autorités locales peuvent utiliser des modèles prédictifs pour estimer la fréquentation touristique à différentes périodes de l'année.

**d) L'analyse prescriptive** : L'analyse prescriptive est une approche avancée de la science des données qui va au-delà de la simple description et prévision d'événements pour recommander des actions spécifiques à entreprendre. Contrairement à l'analyse descriptive, qui se concentre sur ce qui s'est passé, et à l'analyse prédictive, qui examine ce qui pourrait arriver, l'analyse prescriptive cherche à répondre à la question « Que devons-nous faire ? ».<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Jean-Michel, 2023, « Analyse de données ou data analysis », <https://analytics.fr/analyse-de-donnees/definition-analyse-donnees/#les-etapes-de-lrsquoanalyse-de-donnees>, 13 avril 2023, consulté le 06 mars 2024

### **1.2.2. Les outils d'analyse des données numériques**

- Microsoft Excel : outil de feuille de calcul populaire, utilisé pour l'analyse de données
- SAS : logiciel de système d'analyse statistique
- SPSS : logiciel d'analyse de données particulièrement utile pour les statistiques descriptives et les tests statistiques.
- R : logiciel d'analyse de données et de statistiques open source populaire.
- Python : langage de programmation utilisé dans le domaine de l'analyse de données.

### **1.3. Exemples d'utilisation des données numériques avec succès**

#### **1.3.1. Évaluer le flux touristique**

Orange, un opérateur français de téléphonie mobile, a développé un dispositif nommé Flux Vision, permettant d'accéder aux données issues de son réseau et sur des données GPS. Le Comité départemental du tourisme des Bouches-du-Rhône a été le premier à l'expérimenter à l'été 2012. Dans la revue Espace, Isabelle Brémond, directrice générale du CDT, décrit l'utilisation qui a été faite de cet outil. Ce test a permis de comprendre les flux de déplacements sur différentes périodes de temps dans un ou plusieurs territoires ainsi que l'affluence touristique dans un lieu ou lors d'un événement. De plus, les données extraites permettent de distinguer entre résidents, touristes, excursionnistes et personnes en transit. Les caractéristiques de chaque groupe sont précisées : nationalité, durée du séjour, lieu d'hébergement, etc. Grâce à un partenariat avec le Réseau national des destinations

départementales, cet outil est désormais accessible à tous les départements français.<sup>32</sup>

### **1.3.2. Prédiction de la fréquentation d'un territoire**

En 2013, le Comité régional du tourisme (CRT) Côte d'Azur et son observatoire ont expérimenté l'utilisation du système de prévision de fréquentation Forwardkeys. Selon Patrick Vece, directeur de l'Observatoire, dans la revue Espace, cet outil récupère les données des vols vers l'aéroport de Nice à partir des principaux GDS (système de distribution globale). Cette technologie permet de surveiller les réservations vers la destination en temps réel, par marché émetteur, et de comparer ces données avec celles d'autres régions. En plus d'estimer le nombre de touristes arrivant sur une période donnée, elle permet de connaître les périodes de réservation, permettant ainsi d'appliquer les stratégies marketing au moment opportun. L'objectif du CRT est de créer un indicateur de tendance des réservations aériennes sur six mois pour informer les professionnels du tourisme. En septembre 2013, l'agence de développement touristique Atout France a conclu un contrat avec l'entreprise à l'origine de cet outil afin de rendre disponibles les prévisions pour 12 aéroports du pays aux CRT.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Lenoir Aude, 2014, « APPLICATIONS CONCRÈTES DU BIG DATA EN TOURISME », <https://veilletourisme.ca/2014/07/03/applications-concretes-du-big-data-en-tourisme/>, 3 juillet 2014, consulté le 07 mars 2024

<sup>33</sup> Lenoir Aude, 2014, « APPLICATIONS CONCRÈTES DU BIG DATA EN TOURISME », <https://veilletourisme.ca/2014/07/03/applications-concretes-du-big-data-en-tourisme/>, 3 juillet 2014, consulté le 07 mars 2024

## **Chapitre 2 : Mise en œuvre d'un outil de sensibilisation en ligne dédié à l'écosystème touristique**

### **2.1 Introduction à l'importance de la sensibilisation en ligne dans le secteur touristique**

Selon l'Organisation mondiale du tourisme [OMT], 2019, la sensibilisation en ligne joue un rôle essentiel dans le domaine du tourisme moderne en raison de la transition numérique et de l'intégration d'Internet dans les processus de planification et de réservation de voyages<sup>34</sup>. Selon Sotiriadis (2021) les réseaux sociaux, les blogs de voyage et les sites spécialisés constituent des moyens de communication performants pour transmettre des renseignements sur les pratiques touristiques durables et inciter les voyageurs à adopter des comportements responsables. Par exemple, les campagnes de sensibilisation en ligne ont la capacité d'encourager la préservation des destinations touristiques vulnérables et de sensibiliser aux initiatives locales de développement durable. De plus, les sites web offrent aux voyageurs la possibilité de partager leurs expériences et leurs conseils, ce qui a un impact sur les décisions et les comportements des autres voyageurs. Dans leurs stratégies de marketing en ligne, les entreprises touristiques peuvent jouer un rôle dans la formation d'attitudes et de comportements plus durables chez les consommateurs, tout en renforçant leur propre image de marque axée sur la durabilité. En résumé, l'éducation en ligne joue un rôle crucial dans la promotion du tourisme durable et dans l'encouragement des voyageurs à adopter des pratiques responsables, ce qui contribue à la préservation de l'environnement et au développement durable des destinations touristiques.

---

<sup>34</sup> OMT, 2019, « *Journée mondiale du tourisme 2019* », <https://www.unwto.org/fr/world-tourism-day-2019>, 2019, consulté le 06 avril 2024

### **2.1.1 Revue de la littérature sur les outils de sensibilisation en ligne existants pour les touristes**

Les plateformes en ligne de sensibilisation pour les touristes jouent un rôle essentiel dans la promotion du tourisme durable. Ils incluent divers médias et plateformes en ligne qui ont pour objectif d'informer, d'éduquer et de motiver les voyageurs à adopter des pratiques respectueuses de l'environnement et de la culture locale. Selon Gretzel (2019), les réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram et Twitter jouent un rôle crucial dans la diffusion de messages de sensibilisation en raison de leur diffusion étendue et de leur capacité à générer des interactions en temps réel.

En même temps, les blogs de voyage ont un impact important en offrant des renseignements précis sur les destinations, les hébergements durables et les activités respectueuses de l'environnement comme les plateformes spécialisées dans le tourisme durable, telles que TripAdvisor GreenLeaders propose aux voyageurs une plateforme où ils peuvent obtenir des recommandations précises et des évaluations sur les hébergements et les attractions respectueux de l'environnement. (Gretzel 2010)

Les applications mobiles comme Green Brands offre aux voyageurs la possibilité de vérifier l'impact environnemental des produits avant de les acheter, ce qui constitue une approche pratique pour promouvoir des choix de consommation plus durables. Ces plateformes en ligne sont des outils performants pour sensibiliser les touristes et les inciter à adopter des comportements plus responsables pendant leurs déplacements.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Green Brands, <https://green-brands.org/en/>

## **2.2 Étude des stratégies de communication numérique visant à sensibiliser les touristes aux enjeux du surtourisme et du tourisme durable**

### **2.2.1 Revue de la littérature sur les stratégies de communication numérique dans le contexte du tourisme durable**

D'après les études, on observe une augmentation de l'utilisation des réseaux sociaux et des technologies numériques dans la promotion du tourisme durable. Ces outils sont utilisés par les destinations touristiques afin de sensibiliser les voyageurs aux problématiques environnementales et sociales, ainsi que pour encourager des pratiques de voyage responsables :

- Les réseaux sociaux sont des plateformes puissantes pour les destinations touristiques afin de communiquer avec les voyageurs et de promouvoir des initiatives durables. Les recherches ont analysé l'utilisation des plateformes comme Facebook, Instagram et Twitter par les destinations pour communiquer des renseignements sur les attractions durables, les initiatives communautaires et les bonnes pratiques environnementales.
- Les parties prenantes sont souvent impliquées dans les stratégies de communication numérique dans le domaine du tourisme durable, telles que les habitants locaux, les entreprises touristiques et les organisations environnementales. Les études ont étudié la manière dont les destinations touristiques recrutent ces acteurs à travers les réseaux sociaux afin de promouvoir des pratiques de voyage durables et de favoriser la participation communautaire. (Larbi Safaa 2021)

Une autre dimension essentielle de la recherche concerne la quantification de l'effet des stratégies de communication numérique dans le domaine du tourisme durable. Les recherches ont examiné différentes approches pour évaluer l'efficacité des campagnes de sensibilisation en ligne, ainsi que l'influence sur le comportement des voyageurs en ce qui concerne la durabilité :

- L'incorporation du storytelling est devenue un élément clé des stratégies de communication numérique dans le domaine du tourisme durable. Les destinations font appel à des récits captivants afin de partager des récits inspirants sur la préservation de l'environnement, la culture locale et les expériences de voyage responsables.<sup>36</sup>
- La gestion de la réputation sur Internet : Finalement, les études ont étudié la façon dont les destinations optimisent leur image en ligne dans le domaine du tourisme durable. Cela englobe la surveillance des réseaux sociaux afin de repérer les remarques des voyageurs, la prise en compte des inquiétudes environnementales et sociales, et la promotion de pratiques durables grâce à une communication transparente et sincère.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Hicham DAKAK, Hicham EL BAYED, 2023, « *L'effet du storytelling sur la destination touristique* », RIMEC, 30 décembre 2023, 10 | Le tourisme face aux crises, URL : <http://revue-rimec.org/leffet-du-storytelling-sur-la-destination-touristique/>

<sup>37</sup> Avenier Michel, 2013, « *Comment gérer l'e-réputation du tourisme !* », <https://www.abime-concept.com/2013/02/12/comment-gerer-l-e-reputation-du-tourisme/#:~:text=L'%20e%2Dr%C3%A9putation%20est%20un,comme%20toutes%20autres%20activit%C3%A9s%20touristiques.>, 12 février 2013, consulté le 06 avril 2024

### **2.2.2 Analyse des différentes approches de communication numérique utilisées pour sensibiliser les touristes**

L'étude des diverses méthodes de communication numérique employées pour sensibiliser les touristes nécessite d'analyser les stratégies mises en place par les destinations touristiques, les entreprises du secteur et les associations afin de communiquer avec les touristes et de les sensibiliser à différents aspects, tels que la préservation de l'environnement, la préservation du patrimoine culturel, la promotion du tourisme responsable, etc. Voici certaines des méthodes fréquemment employées :

- **Les sites web et les applications mobiles** : sont fréquemment développés par les destinations touristiques afin de donner aux touristes des renseignements sur les attractions locales, les activités, les événements, etc. Ces plateformes peuvent aussi servir à conscientiser les touristes à des problématiques particulières, comme des initiatives de préservation de l'environnement ou des campagnes de préservation du patrimoine.
- **Les médias sociaux** : comme Facebook, Instagram, Twitter et YouTube jouent un rôle crucial dans l'approche des touristes. Ces plateformes sont utilisées par les destinations touristiques et les entreprises du secteur afin de partager du contenu inspirant, des conseils de voyage, des récits régionaux et des renseignements sur les initiatives de sensibilisation. On apprécie également les campagnes virales et les concours pour attirer les touristes et les sensibiliser à différentes causes.
- **Marketing d'Influence** : Les destinations touristiques travaillent fréquemment en collaboration avec des influenceurs et des blogueurs de voyage afin de faire la promotion de leurs attractions et de leurs initiatives de sensibilisation. Les influenceurs ont la possibilité de partager leurs expériences de

voyage et de souligner des questions particulières comme la préservation de l'environnement ou la sauvegarde du patrimoine culturel.

- **Les vidéos et le contenu visuel** : jouent un rôle essentiel dans la sensibilisation des touristes. Les lieux touristiques produisent des vidéos promotionnelles, des documentaires, des clips courts et des photos séduisantes afin de partager des récits captivants et de mettre en avant les initiatives de préservation et de durabilité. (Salomone Christine 2021)
- **Campagnes de Sensibilisation et d'Éducation** : Les organisations touristiques mettent fréquemment en place des campagnes de sensibilisation et d'éducation spécifiques afin de sensibiliser et d'éduquer les touristes sur des sujets particuliers. Il est possible que cela implique des panneaux dans les aéroports et les gares, des articles dans les médias locaux et des événements spéciaux.
- **La Réalité Virtuelle (RV) et de la Réalité Augmentée (RA)** : De plus en plus de personnes utilisent la Réalité Virtuelle (RV) et la Réalité Augmentée (RA) dans le domaine du tourisme afin de proposer des expériences immersives et éducatives aux touristes. Les destinations ont la possibilité de proposer des visites virtuelles de sites historiques, des simulations environnementales et d'autres expériences interactives afin de sensibiliser les touristes à des questions particulières.<sup>38</sup>
- **Partenariats Public-Privé** : Les collaborations entre les secteurs public et privé sont fréquemment employées afin de favoriser des initiatives de sensibilisation. Par exemple, les lieux touristiques ont la possibilité de collaborer avec des entreprises locales afin de

---

<sup>38</sup> L'équipe Dynamique Entrepreneuriale, 2023, « La réalité augmentée et la réalité virtuelle : comment ces technologies transforment les industries traditionnelles », <https://www.dynamique-mag.com/article/la-realite-augmentee-et-la-realite-virtuelle-comment-ces-technologies-transforment-les-industries-traditionnelles>, 01 aout 2023, consulté le 06 avril 2024

mettre en place des projets de préservation de l'environnement ou des initiatives de tourisme soutenu. (Najib Mrabet, 2017, p2)

### **2.2.3 Étude de Cas : Bali - Sensibilisation au Surtourisme et Promotion du Tourisme Durable**

#### **1. Contexte et Problématique**

En Indonésie, Bali fait face à une augmentation du tourisme, ce qui engendre des problèmes tels que la pollution, la congestion et la détérioration de la culture locale. La pérennité de l'île en tant que destination touristique est mise en péril par cette situation. Les touristes et les habitants locaux doivent être sensibilisés aux conséquences néfastes du surtourisme tout en favorisant des pratiques touristiques durables afin de préserver l'environnement et la culture de Bali.<sup>39</sup>

#### **2. Stratégie de Campagne**

##### **Sensibilisation au Surtourisme :**

- Sur les réseaux sociaux, une campagne virale est lancée avec des hashtag, soulignant les conséquences néfastes du surtourisme et incitant les touristes à adopter des comportements responsables.<sup>40</sup>
- Publicités : Des affiches et des panneaux d'information sont installés dans les zones touristiques principales, soulignant les répercussions de la surpopulation et suggérant des mesures pour réduire ces conséquences.

---

<sup>39</sup> T.P. avec AFP, 2024, « INDONÉSIE : BALI IMPOSE UNE NOUVELLE TAXE AUX TOURISTES ÉTRANGERS POUR PROTÉGER L'ENVIRONNEMENT », BFMTV, 14 février 2024

<sup>40</sup> Gurvan Kristanadjaja, 2023, « Bali, la perle de l'Indonésie devient l'île des likes », Libération.fr, 1 octobre 2023

- Programmes Éducatifs : Les hôtels et les écoles (telle que Green School)<sup>41</sup> proposent des séminaires et des ateliers afin de sensibiliser les touristes et les jeunes locaux aux problèmes du surtourisme et à l'importance de préserver l'environnement et la culture de Bali.

### **Promotion du Tourisme Durable :**

Les entreprises touristiques sont incitées à obtenir des certifications écologiques en mettant en place des pratiques durables comme la diminution des déchets, l'emploi d'énergies renouvelables et la valorisation de l'artisanat local.

- Voyages Écotouristiques : Chaque voyage combine découverte de la destination et impliquant directement les voyageurs dans la préservation du patrimoine naturel et culturel.<sup>42</sup>
- Sensibilisation des communautés locales : Des initiatives de sensibilisation sont mises en place afin de promouvoir la préservation de leur patrimoine culturel et naturel, tout en profitant des avantages économiques du tourisme durable.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Green school, <https://www.greenschool.org/>

<sup>42</sup> Mandara, « Voyage éco-responsable et éco-tourisme : Bali et Indonésie », <https://www.bali-mandara.com/voyage-eco-responsable-bali-indonesie>, consulté le 06 avril 2024

<sup>43</sup> TheSeaCleaners, « BALI : L'ENFER DE LA POLLUTION PLASTIQUE AU PARADIS », <https://support.theseacleaners.org/project/projet-bali>, consulté le 06 avril 2024

## **2.3 Exploration des plateformes et des initiatives en ligne qui encouragent un comportement touristique responsable et respectueux de l'environnement.**

La popularité croissante des plateformes et des initiatives en ligne a créé de nouvelles perspectives captivantes pour encourager un tourisme responsable à travers le monde. Nous examinerons dans cette introduction l'importance grandissante de ces plateformes et initiatives en ligne dans la promotion du tourisme responsable, ainsi que les bénéfices qu'elles procurent aux voyageurs, aux communautés locales et à l'environnement.

La prise de conscience de l'impact des voyageurs sur les destinations qu'ils visitent est devenue une préoccupation majeure dans le domaine du tourisme responsable. Le rôle des plateformes et des initiatives en ligne est essentiel pour sensibiliser les voyageurs aux pratiques durables et leur permettre de faire des choix responsables tout au long de leur destination.<sup>44 45</sup>

Tout d'abord, ces sites offrent aux voyageurs des renseignements clairs et précis sur les destinations, les logements, les activités et les acteurs touristiques qui s'engagent à préserver l'environnement et les communautés locales. Les voyageurs peuvent ainsi prendre des décisions éclairées qui réduisent au minimum leur impact négatif sur les écosystèmes vulnérables et les cultures locales.

Ensuite, les initiatives en ligne incitent les voyageurs à adopter des comportements responsables, comme le respect des ressources naturelles, la préservation du patrimoine culturel et le soutien aux

---

<sup>44</sup> La note touristique, 2023, « Plateformes de réservation : Choisir la meilleure option pour promouvoir son hébergement touristique », <https://lanotetouristique.com/articles/plateformes-de-reservation-dhebergements-comment-choisir-la-meilleure-option-pour-promouvoir-votre-hebergement>, 15 juin 2023, consulté le 06 avril 2024

<sup>45</sup> Webhelp, 2019, « [Travel] Les 3 tendances des plateformes de tourisme innovantes », <https://webhelp.com/fr/news/travel-3-tendances-plateformes-tourisme-innovantes/>, 11 juin 2019, consulté le 06 avril 2024

économies locales. Ces plateformes offrent fréquemment des outils pédagogiques, des guides pratiques et des recommandations afin d'aider les voyageurs à adopter un comportement respectueux pendant leur voyage.

Troisièmement, les plateformes et les initiatives en ligne permettent d'établir des liens entre les voyageurs responsables et les communautés locales. Cela offre aux voyageurs la possibilité de vivre des expériences authentiques, d'entrer en contact avec les résidents et de contribuer directement aux initiatives de développement durable, comme les projets de préservation, les programmes éducatifs et les initiatives sociales.

Finalement, ces plateformes jouent un rôle crucial dans la sensibilisation à une plus grande échelle des enjeux du tourisme responsable. Elles incitent à partager des récits inspirants, des bonnes pratiques et des initiatives novatrices, ce qui incite d'autres voyageurs à adopter des comportements responsables et à devenir des acteurs déterminants du changement dans le domaine du tourisme.

## **Tourism Concern**

Tourism Concern est une association située au Royaume-Uni qui s'engage depuis plus de 25 ans dans la promotion du tourisme responsable. Grâce à des plateformes en ligne comme son site Web, ses réseaux sociaux et des campagnes de sensibilisation, cette initiative vise à sensibiliser les voyageurs aux conséquences du tourisme et à promouvoir des pratiques de voyage responsables. La valeur de Tourism Concern réside dans sa capacité à offrir des ressources éducatives, des conseils concrets et des exemples de bonnes pratiques afin d'aider les voyageurs à prendre des décisions éclairées et respectueuses pendant leurs voyages. Grâce à l'utilisation de

plateformes en ligne, Tourism Concern a la possibilité de toucher un large public et d'avoir une influence positive sur les comportements des voyageurs, contribuant ainsi à la promotion d'un tourisme plus écologique.<sup>46</sup>

## **Green Key**

L'objectif de Green Key est de promouvoir le tourisme durable en certifiant les hébergements touristiques et les attractions à l'échelle internationale. Les entreprises qui ont obtenu leur certification Green Key sont soumises à des exigences rigoureuses en ce qui concerne la gestion environnementale, la sensibilisation communautaire et l'engagement social. Les voyageurs sont informés sur les établissements certifiés et encouragés à réserver des séjours responsables grâce à l'initiative Green Key, qui utilise des plateformes en ligne comme son site Web et des applications mobiles. Les entreprises du secteur touristique sont encouragées à adopter des pratiques respectueuses de l'environnement grâce à Green Key, tout en offrant aux voyageurs la possibilité de sélectionner des hébergements respectant des normes élevées en matière de durabilité. En incitant les touristes à opter pour des logements certifiés Green Key, cette initiative aide à préserver l'environnement et à soutenir les communautés locales dans les lieux touristiques.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Wikipedia, 2024, « Tourisme concern », [https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism\\_Concern](https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_Concern), 28 février 2024, consulté le 06 avril 2024

<sup>47</sup> Green key, <https://www.greenkey.global/>, consulté le 06 avril 2024

## **Analyse des caractéristiques clés de ces plateformes et initiatives**

### ***Caractéristiques clés de Tourism Concern :***

1. L'accent est mis sur l'éducation et la sensibilisation : Tourism Concern met l'accent sur l'information des voyageurs, sur les conséquences du tourisme et les pratiques de voyage responsables. Les ressources éducatives disponibles sur leur plateforme en ligne comprennent des articles, des rapports et des guides pratiques.
2. **Astuces concrètes** : L'initiative offre des recommandations concrètes aux voyageurs afin de les aider à prendre des décisions éclairées lors de la planification de leurs déplacements. Ces conseils comprennent des suggestions concernant les endroits responsables, les moyens de transport durables et les échanges respectueux avec les communautés locales.
3. **Sensibilisation** : Tourism Concern met en place des campagnes de sensibilisation en ligne afin de sensibiliser à la problématique cruciale du tourisme irresponsable et de promouvoir l'adoption de pratiques plus durables. Ces campagnes sont partagées sur les plateformes de médias sociaux, les blogs et d'autres sites internet.
4. **Mise en avant de bonnes pratiques** : L'initiative met en avant des exemples de bonnes pratiques dans le domaine du tourisme afin de susciter l'inspiration chez d'autres acteurs de l'industrie pour adopter des approches plus comportementales. Cela comprend la mise en avant d'entreprises et de destinations qui intègrent des valeurs de durabilité dans leurs activités.

### ***Caractéristiques clés de Green Key :<sup>48</sup>***

1. **Green Key** offre un programme de certification environnementale strict pour les établissements touristiques et les sites touristiques. Les compagnies qui ont obtenu leur certification doivent se conformer à des critères rigoureux en ce qui concerne la gestion environnementale, la responsabilité sociale et la sensibilisation communautaire.

2. **Engagement en ligne** : Green Key se sert de plateformes en ligne comme son site Web et des applications mobiles afin de promouvoir la visibilité des établissements certifiés. Cela facilite la recherche d'hébergements respectueux de l'environnement pour les voyageurs lors de la planification de leurs voyages.

3. **Participation à la communauté** : L'initiative incite les entreprises certifiées à s'impliquer activement auprès des communautés locales afin de favoriser le développement durable et de soutenir les initiatives sociales. Cela renforce les liens entre les entreprises de tourisme et les communautés locales, ce qui encourage une approche collaborative du tourisme responsable.

4. **L'accent est mis sur la transparence et la responsabilité** : envers les critères de certification de Green Key. Les voyageurs ont la possibilité de consulter aisément les données concernant les critères de certification et les résultats environnementaux des entreprises certifiées, ce qui renforce la confiance et la crédibilité de l'initiative.

Ces plateformes et initiatives ont des traits communs tels que l'éducation et la sensibilisation des voyageurs, la promotion de bonnes pratiques dans le domaine du tourisme, et l'utilisation de plateformes

---

<sup>48</sup> Green key, <https://www.greenkey.global/our-programme>, consulté le 06 avril 2024

en ligne pour promouvoir la visibilité et encourager l'implication communautaire. La promotion d'un tourisme responsable est favorisée par ces caractéristiques qui sensibilisent les voyageurs, incitent les entreprises touristiques à adopter des pratiques durables et favorisent une interaction positive entre l'industrie du tourisme et les communautés locales.

## Conclusion

Dans cette deuxième partie de notre étude, nous avons exploré les outils numériques comme moyen de réduire le risque de surtourisme. Nous avons examiné différents aspects, allant de l'utilisation de données numériques pour gérer les flux touristiques à la mise en œuvre d'outils de sensibilisation en ligne dédiés à l'écosystème touristique, en passant par le rôle des nouvelles applications touristiques dans l'orientation des visiteurs.

Nos analyses montrent que les outils numériques offrent un potentiel considérable pour relever les défis posés par le surtourisme. Les données numériques peuvent fournir des informations précieuses pour une prise de décision éclairée et une action ciblée visant à réguler les flux touristiques. En outre, les outils de sensibilisation en ligne peuvent jouer un rôle crucial dans l'éducation des touristes aux problèmes du surtourisme et dans la promotion d'un comportement touristique responsable.

Il est toutefois important de noter que l'utilisation de ces outils numériques ne peut à elle seule garantir une réduction significative du surtourisme. Une approche holistique impliquant la collaboration de toutes les parties prenantes, y compris les agences gouvernementales, les entreprises touristiques et les touristes eux-mêmes, est nécessaire pour obtenir des résultats durables.

Dans cette perspective, il est crucial que les différentes parties prenantes s'engagent à travailler ensemble pour promouvoir un tourisme plus durable et équilibré. Cela nécessite des actions concertées visant à sensibiliser les touristes aux impacts de leurs choix de voyage et à encourager un comportement plus responsable.

En conclusion, même si les outils numériques offrent des possibilités prometteuses pour atténuer les effets du surtourisme, leur efficacité

dépendra largement de l'engagement collectif des acteurs du secteur touristique. Il est donc impératif de continuer à explorer et à mettre en œuvre des solutions innovantes pour promouvoir un tourisme plus durable et plus respectueux de l'environnement.

## **TROISIEME PARTIE : Terrain d'étude et méthodologie probatoire proposée**

## **Introduction**

Cette troisième partie permettra de définir le champ d'application des hypothèses proposées précédemment et ainsi de développer une méthodologie précise pour réaliser ce travail.

Nous commencerons cette exploration en nous concentrant sur la ville d'Étretat, un choix stratégique à bien des égards. Dans un premier temps, nous donnerons un aperçu d'Étretat, décrivant ses caractéristiques spatiales, son offre touristique, ainsi que ses spécificités en termes de ressources naturelles et culturelles. Nous analyserons ensuite comment Étretat affronte le phénomène du surtourisme, en mettant en avant les défis particuliers auxquels la ville est confrontée.

## **Chapitre 1 : Le terrain de recherche : Étretat**

### **1.1 Contexte touristique**

Étretat, la perle de la Côte d'Albâtre, est mondialement connue grâce à ses paysages naturels époustouflants et son riche patrimoine culturel. Depuis le XIX<sup>e</sup> siècle, Étretat est une destination de vacances prisée, attirant des visiteurs de tous horizons, des écrivains aux peintres en passant par les estivants en quête de repos et de divertissement.

La réputation d'Étretat comme lieu incontournable du tourisme côtier s'est établie au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle. La croissance touristique de la ville a été grandement influencée par le roman d'Alphonse Karr, "Histoire de Romain d'Étretat", qui a contribué à populariser la ville auprès du grand public. Les élites culturelles et intellectuelles de l'époque, attirées par la beauté naturelle et la tranquillité de la région, affluèrent bientôt à Étretat, transformant ce qui n'était auparavant qu'un simple village de pêcheurs en une station balnéaire animée et prisée.

L'attrait d'Étretat réside aussi dans son riche patrimoine artistique. Des écrivains célèbres tels que Guy de Maupassant et André Gide ont été séduits par le charme pittoresque de la ville, tandis que des artistes comme Eugène Boudin et Claude Monet ont trouvé une source d'inspiration inépuisable dans ses paysages époustouflants. Les impressionnistes, en particulier, étaient fascinés par les falaises de craie blanche et les arches naturelles d'Étretat, immortalisant leur beauté époustouflante sur toile.

Aujourd'hui, Étretat continue d'attirer des visiteurs du monde entier avec ses falaises majestueuses, ses plages de galets et ses promenades pittoresques le long de la côte. Les activités récréatives telles que la voile, le canoë et la randonnée permettent aux visiteurs de découvrir la beauté naturelle de la région sous différents angles.

Cependant, la popularité croissante d'Étretat pose également des défis en termes de conservation de l'environnement et de gestion touristique. Les autorités locales, en partenariat avec les habitants et les acteurs du tourisme, travaillent activement à préserver cet écosystème fragile tout en veillant à ce que les visiteurs continuent de profiter de tout ce que la ville a à offrir.<sup>49 50</sup>

---

<sup>49</sup> Site officiel de la promotion touristique de la Seine-Maritime, <https://www.seine-maritime-tourisme.com/fr/je-decouvre/10-lieux-incontournables/etretat/etretat.php>, consulté 08 avril 2024

<sup>50</sup> Le Havre Etretat Normandie Tourisme, <https://www.lehavre-etretat-tourisme.com/decouvrir/les-incontournables/decouvrir-etretat/>, consulté 08 avril 2024

## **1.2 Surtourisme à Étretat**

Le surtourisme à Étretat est devenu un problème préoccupant, exacerbé par la popularité croissante de cette destination touristique. Chaque été, la ville voit sa population décupler, attirant des millions de visiteurs en quête de l'expérience photographique parfaite inspirée du succès de la série Netflix « Lupin », dont une partie a été tournée à Étretat. Cependant, cet afflux massif de touristes génère de grands défis pour la ville et ses habitants.

### **Pression sur les infrastructures et l'environnement**

Le surtourisme à Étretat se manifeste par une surpopulation estivale qui exerce une pression sur les infrastructures locales. Les résidents se plaignent des difficultés de transport et de stationnement, ainsi que des perturbations causées par les déchets laissés par les visiteurs. De plus, une fréquentation intensive entraîne une détérioration rapide des sites naturels, notamment des falaises, en raison du piétinement et de l'érosion, mettant en danger le patrimoine environnemental de la région.

### **Un impact économique limité**

Malgré l'afflux massif de touristes, les retombées économiques de la ville ne sont pas aussi importantes qu'on pourrait le penser. De nombreux visiteurs ne passent que quelques heures à Étretat, sans y dépenser beaucoup d'argent. Cette situation crée des « périodes fantômes » en dehors des périodes de forte fréquentation estivale, alors que les entreprises locales peinent à survivre.

## **Fuite de population**

L'impact du surtourisme sur la qualité de vie des résidents est également important. Confrontés aux désagréments de la surpopulation estivale, à la hausse des prix de l'immobilier et aux difficultés à trouver un logement, de nombreux habitants quittent la ville, entraînant un déclin de la population locale.

## **Mesures prises et propositions pour atténuer l'excès de tourisme**

Pour faire face à ces enjeux, la municipalité d'Étretat a pris plusieurs mesures, comme installer des clôtures pour éviter que les visiteurs ne soient piétinés sur les pistes et réfléchir à la mise en place de réservations en ligne avec des mesures d'accès aux sites touristiques. En outre, des initiatives telles que la création d'une plateforme numérique pour collecter des données sur les flux touristiques et des campagnes de sensibilisation menées par des influenceurs devraient permettre de mieux gérer le surtourisme à l'avenir.<sup>5152</sup>

---

<sup>51</sup> Hobe lucas, 2023, « Les habitants d'Étretat excédés par le "surtourisme" estival », france3-regions.francetvinfo.fr, 20 juin 2023

<sup>52</sup> Gourdon jessica, 2023, « Le village d'Étretat, rongé par le surtourisme, suffoque : « Il y a tellement de monde que les gens font n'importe quoi », LeMonde.fr, 11 avril 2023

## **Chapitre 2 : Méthodologie probatoire proposée**

### **2.1 Méthodologie de travail**

Pour mener efficacement cette recherche, il est nécessaire de définir une méthodologie précise qui prend en compte les hypothèses énoncées dans la section précédente :

- La première hypothèse : Utiliser les outils numériques pour analyser et gérer les flux touristiques.
- La deuxième hypothèse : Sensibiliser les touristes et les professionnels du tourisme aux enjeux du surtourisme grâce aux technologies de l'information et de la communication.

Pour la première hypothèse, une analyse des stratégies pour gérer les flux touristiques. Les gestionnaires locaux du tourisme à Étretat seront également interrogés pour comprendre leur utilisation actuelle des outils numériques dans la gestion des flux touristiques.

Pour la deuxième hypothèse, des entretiens semi-directifs seront organisés avec l'Office de Tourisme d'Étretat pour évaluer la stratégie de communication en ligne et recueillir leurs avis sur la sensibilisation des touristes aux enjeux du surtourisme et du tourisme durable. De plus, une analyse des données numériques existantes, telles que les données de réservation et les données de géolocalisation, sera menée pour identifier les tendances de fréquentation et évaluer l'efficacité des stratégies de communication en ligne.

Cette méthodologie de travail permettra d'évaluer en profondeur les outils numériques de réduction des risques de surtourisme à Étretat, tout en apportant des recommandations pratiques pour leur utilisation future.

## **Conclusion**

Cette troisième et dernière partie de la thèse a défini le domaine d'application spécifique à travers une méthodologie rigoureuse et des étapes précises. Les analyses et questionnaires prévus permettront d'évaluer la validité des hypothèses formulées dans la partie II. Les données collectées, tant qualitatives que quantitatives, seront essentielles au succès de cette étude. Le champ d'application étant désormais défini, la mise en œuvre de cette méthodologie permettra de mieux comprendre les besoins et les attentes des entreprises touristiques, des professionnels sociaux et des habitants concernés.

Étretat apparaît ainsi comme un choix approprié pour cette recherche, compte tenu de sa richesse culturelle et naturelle, de sa population locale et des défis liés au surtourisme auquel elle est confrontée. Par ailleurs, la disponibilité de données fiables reste un enjeu majeur pour les observatoires touristiques, ce qui renforce l'importance de notre approche méthodologique. En mettant en pratique cette méthodologie sur le terrain à Étretat, nous espérons contribuer à l'élaboration de solutions concrètes pour atténuer les effets du surtourisme, notamment dans cette région.

## Conclusion Générale

**A**u terme de cette étude, nous nous retrouvons face à un constat incontournable : le surtourisme est une réalité à laquelle il faut impérativement faire face de manière proactive et innovante.

Dans cette optique, explorer les solutions offertes par les outils numériques apparaît comme une piste prometteuse pour réduire les effets néfastes de cette surpopulation touristique.

La première partie de nos recherches nous a permis de plonger au cœur des enjeux du surtourisme, révélant ainsi l'ampleur de ses impacts sociaux, environnementaux et économiques. Ces constatations ont renforcé notre conviction que le statu quo n'est plus une option viable et qu'une action concertée est nécessaire.

Dans une deuxième partie, nous avons examiné en détail les possibilités offertes par les technologies numériques pour relever ce défi colossal. De l'utilisation des données numériques pour une gestion plus éclairée des flux touristiques à la conception d'outils de sensibilisation en ligne, en passant par le développement d'applications touristiques innovantes, chaque aspect de cette exploration a renforcé notre idée selon laquelle la technologie peut être un catalyseur de changement positif.

Toutefois, ces avancées technologiques ne pourront être pleinement efficaces que si elles sont mises en œuvre de manière concertée et intégrées dans une approche globale de gestion du tourisme. Cela nécessite l'engagement de toutes les parties prenantes, depuis les autorités locales et les acteurs de l'industrie touristique jusqu'aux communautés locales et aux voyageurs eux-mêmes.

Ce document de recherche ne marque pas la fin d'une réflexion, mais plutôt le début d'une nouvelle ère de collaboration et d'innovation dans la gestion du tourisme mondial. En unissant nos forces et en exploitant

tout le potentiel des outils numériques, nous pouvons travailler ensemble pour façonner un avenir touristique plus durable, plus équitable et plus épanouissant pour tous.

## **Bibliographie :**

Bourdin Alain, 2008, « *Gentrification : un « concept » à déconstruire* », *Espaces et sociétés* 2008/1-2 (n° 132-133), p. 23-37

Marc Boyer, 1996, « *L'invention du tourisme* ». Editions Gallimard, 160p.

Atout France, 2011, « *Tourisme et développement durable De la connaissance des marchés à l'action marketing* », *ÉDITIONS ATOUT France 11*, 110 p

Najib Mrabet, 2017, « *Le Partenariat Public-Privé au Maroc : cas du secteur touristique* », HAL science, hal-02865986f, P. 1-18

Shiwei Shen et Marios Sotiriadis, 2022, « *Le cadre de management du tourisme intelligent* », *Études caribéennes*, le 15 avril 2022, 51, p. 23-25, URL : <http://journals.openedition.org/etudescaribeennes/23723>

Gretzel Ulrike, 2019, « *The role of social media in creating and addressing overtourism* », ResearchGate, Mai 2019, p. 62-75

Zheng Xiang, Gretzel Ulrike, 2010, « *Role of Social Media in Online Travel Information Search* », ResearchGate, Avril 2010, p. 179-188

Larbi Safaa, Gwenaëlle Oruezabala et Marc Bidan, 2021 « *Le tourisme à l'ère des technologies numériques* », *Téoros*, 15 octobre 2021, 40-2, URL : <http://journals.openedition.org/teoros/10710>

Salomone Christine et Hamed Haddouche, 2021, « *Discours sur les réseaux sociaux et expérience touristique : une nouvelle donne pour les gestionnaires de sites patrimoniaux et acteurs touristiques* », *Téoros*, 24 juillet 2021, 40-2, URL : <http://journals.openedition.org/teoros/10400>

## **Table des figures :**

**Figure 1 : Photographie.....16**

**Figure 2 : Schéma du développement durable du tourisme.....20**

## Table des matières :

|                                                                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Remerciements .....</b>                                                                                           | <b>5</b>  |
| <b>Sommaire.....</b>                                                                                                 | <b>6</b>  |
| <b>Introduction générale.....</b>                                                                                    | <b>7</b>  |
| <b>PREMIERE PARTIE : LE SURTOURISME : NOTION ET<br/>CONTEXTUALISATION.....</b>                                       | <b>8</b>  |
| <b>Introduction .....</b>                                                                                            | <b>9</b>  |
| <b>Chapitre 1 : Compréhension du surtourisme et de ses effets .....</b>                                              | <b>10</b> |
| 1.1. Qu'est-ce que le surtourisme ? .....                                                                            | 10        |
| 1.2. Les débuts du tourisme de masse .....                                                                           | 10        |
| 1.3. L'étude des impacts sociaux du surtourisme .....                                                                | 13        |
| 1.4. L'évaluation de ses impacts environnementaux .....                                                              | 17        |
| <b>Chapitre 2 : Analyse des défis du tourisme durable face au surtourisme .....</b>                                  | <b>19</b> |
| 2.1. Le tourisme durable et ses objectifs .....                                                                      | 19        |
| 2.2. Les formes du tourisme durable .....                                                                            | 21        |
| 2.3. Les défis face au tourisme durable .....                                                                        | 22        |
| 2.4. Mobiliser les acteurs et sensibiliser les publics .....                                                         | 23        |
| <b>Conclusion .....</b>                                                                                              | <b>24</b> |
| <b>DEUXIEME PARTIE : EXPLORATION DES USAGES DES OUTILS<br/>NUMERIQUES POUR REDUIRE LE RISQUE DE SURTOURISME.....</b> | <b>26</b> |
| <b>Introduction .....</b>                                                                                            | <b>27</b> |
| <b>Chapitre 1 : Les données numériques comme outil d'aide à la décision pour la<br/>gestion des flux .....</b>       | <b>28</b> |
| 1.1 Introduction aux données numériques.....                                                                         | 28        |
| <b>1.1.1. Les données numériques comme aide de décision .....</b>                                                    | <b>29</b> |
| <b>1.1.2. Types des données numériques .....</b>                                                                     | <b>31</b> |
| <b>1.1.3. La collecte des données numériques .....</b>                                                               | <b>33</b> |
| <b>1.1.4. Défis et opportunités .....</b>                                                                            | <b>36</b> |
| 1.2 Méthodes et les outils d'analyse des données numériques .....                                                    | 37        |
| <b>1.2.1. Les méthodes d'analyse des données numériques.....</b>                                                     | <b>37</b> |
| <b>1.2.2. Les outils d'analyse des données numériques .....</b>                                                      | <b>39</b> |
| 1.3. Exemples d'utilisation des données numériques avec succès .....                                                 | 39        |
| <b>1.3.1. Évaluer le flux touristique .....</b>                                                                      | <b>39</b> |
| <b>1.3.2. Prédiction de la fréquentation d'un territoire.....</b>                                                    | <b>40</b> |

|                                                                                                                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Chapitre 2 : Mise en œuvre d'un outil de sensibilisation en ligne dédié à l'écosystème touristique</b> .....                                             | 41 |
| 2.1 Introduction à l'importance de la sensibilisation en ligne dans le secteur touristique.....                                                             | 41 |
| <b>2.1.1 Revue de la littérature sur les outils de sensibilisation en ligne existants pour les touristes</b> .....                                          | 42 |
| 2.2 Étude des stratégies de communication numérique visant à sensibiliser les touristes aux enjeux du surtourisme et du tourisme durable .....              | 43 |
| <b>2.2.1 Revue de la littérature sur les stratégies de communication numérique dans le contexte du tourisme durable</b> .....                               | 43 |
| <b>2.2.2 Analyse des différentes approches de communication numérique utilisées pour sensibiliser les touristes</b> .....                                   | 45 |
| <b>2.2.3 Étude de Cas : Bali - Sensibilisation au Surtourisme et Promotion du Tourisme Durable</b> .....                                                    | 47 |
| 2.3 Exploration des plateformes et des initiatives en ligne qui encouragent un comportement touristique responsable et respectueux de l'environnement. .... | 49 |
| <b>Conclusion</b> .....                                                                                                                                     | 55 |
| <br><b>TROISIEME PARTIE : TERRAIN D'ETUDE ET METHODOLOGIE PROBATOIRE PROPOSEE</b> .....                                                                     | 57 |
| <b>Introduction</b> .....                                                                                                                                   | 58 |
| <b>Chapitre 1 : Le terrain de recherche : Étretat</b> .....                                                                                                 | 58 |
| 1.1 Contexte touristique .....                                                                                                                              | 58 |
| 1.2 Surtourisme à Étretat.....                                                                                                                              | 60 |
| <b>Chapitre 2 : Méthodologie probatoire proposée</b> .....                                                                                                  | 62 |
| 2.1 Méthodologie de travail .....                                                                                                                           | 62 |
| <b>Conclusion</b> .....                                                                                                                                     | 63 |
| <br><b>CONCLUSION GENERALE</b> .....                                                                                                                        | 64 |
| <br><b>BIBLIOGRAPHIE :</b> .....                                                                                                                            | 66 |
| <br><b>TABLE DES FIGURES :</b> .....                                                                                                                        | 67 |
| <br><b>TABLE DES MATIERES :</b> .....                                                                                                                       | 68 |

**Résumé :** Le surtourisme : L'exploitation des TIC dans la gestion du surtourisme

La gestion des flux touristiques constitue un enjeu majeur pour préserver les ressources d'un territoire et garantir une expérience de voyage durable. Les données et les technologies de l'information et de la communication (TIC) jouent un rôle crucial dans ce processus, permettant une observation détaillée, une analyse approfondie et une prise de décision éclairée. Grâce à ces outils, il devient possible de mesurer les impacts du tourisme au niveau social, environnemental, physique et économique, facilitant ainsi l'identification des actions nécessaires pour atténuer les effets néfastes. La gestion des flux touristiques doit donc constamment s'adapter, en profitant des innovations apportées par la Data et les TIC. Cependant, ce défi implique une approche holistique, nécessitant la collaboration et la coordination de tous les acteurs impliqués dans l'industrie du tourisme. En adoptant cette perspective transversale, il devient possible de développer des stratégies efficaces pour un tourisme durable, tout en garantissant la préservation des ressources naturelles et culturelles des destinations.

**Mot clé :** Surtourisme, TIC, Régulation de flux, Analyse de données

**Abstract:** Overtourism: Using ICTs to manage overtourism

Managing tourist flows is a major challenge in preserving a region's resources and ensuring a sustainable travel experience. Data and information and communication technologies (ICT) play a crucial role in this process, enabling detailed monitoring, in-depth analysis and informed decision-making. These tools make it possible to measure the impact of tourism at the social, environmental, physical and economic levels, thus facilitating the identification of necessary actions to mitigate negative impacts. The management of tourist flows must therefore adapt constantly, taking advantage of the innovations brought about by data and ICT. However, this challenge calls for a holistic approach, requiring the cooperation and coordination of all stakeholders involved in the tourism industry. By adopting this transversal perspective, it will be possible to develop effective strategies for sustainable tourism, while guaranteeing the preservation of the natural and cultural resources of destinations.

**Keyword:** Overtourism, ICT, Flow regulation, Data analysis