

GUIDE DES ÉLUS

4^e édition

Guide de l'élu délégué au tourisme

Brice Duthion

Président-fondateur, *Les nouveaux voyages extraordinaires* (LNVE)



GUIDE DES ÉLUS

Guide de l' élu délégué au tourisme

Prendre en charge la délégation tourisme aujourd'hui, c'est piloter une politique publique stratégique au croisement de l'attractivité, du développement économique, de la transition écologique et de la qualité de vie des habitants. *Le Guide de l' élu délégué au tourisme* a été conçu pour accompagner concrètement les élus locaux, en particulier à l'échelle intercommunale, confrontés à un environnement institutionnel, réglementaire et partenarial complexe.

Ce guide propose une lecture claire du « **qui fait quoi** » du tourisme en France, en intégrant les effets structurants de la loi NOTRe, le rôle central des intercommunalités et la place déterminante des offices de tourisme. Il donne aux élus les repères indispensables pour comprendre leurs compétences, leurs marges de manœuvre et leurs responsabilités politiques.

Résolument opérationnel, l'ouvrage fournit une **méthodologie complète pour construire, piloter et évaluer une stratégie de destination** : observation touristique, choix de gouvernance, professionnalisation des outils, financement de l'action touristique et mobilisation de la taxe de séjour.

Enfin, le guide aborde les **enjeux contemporains du tourisme territorial** (durabilité, acceptabilité sociale, data, intelligence artificielle, gouvernance multi-acteurs) en positionnant l' élu comme garant de l'équilibre entre attractivité du territoire et intérêt général. Un ouvrage de référence pour agir avec méthode, lucidité et efficacité dès le début de mandat.



Brice Duthion est consultant, conférencier, auteur et animateur, expert en tourisme, attractivité territoriale et politiques culturelles. Docteur en géographie et aménagement du territoire, enseignant-chercheur (grands établissements publics et écoles spécialisées), il accompagne depuis plus de vingt-cinq ans les collectivités territoriales, institutions publiques et acteurs privés dans la définition et la mise en œuvre de leurs stratégies de développement. Auteur de nombreux ouvrages et articles de référence, il intervient régulièrement en France et à l'international. Il a été élu en charge du tourisme et de la culture dans le pays de Fontainebleau.

GUIDE DES ÉLUS

4^e édition

Guide de l'élus délégué au tourisme

Brice Duthion

Président - fondateur,
Les nouveaux voyages extraordinaires (LNVE)



territorial éditions

CS 70215 - 38501 Voiron Cedex - Tél.: 04 76 65 71 36 - Référence TDE 881A

Retrouvez tous nos ouvrages sur boutique.territorial.fr

**Vous souhaitez
nous contacter
à propos de votre ouvrage ?**

C'est simple !

Il vous suffit d'**envoyer un mail** à :
service-client-editions@territorial.fr
en précisant l'objet de votre demande.

Pour connaître l'ensemble de nos publications,
rendez-vous sur notre boutique en ligne
boutique.territorial.fr

Avertissement de l'éditeur :

La lecture de cet ouvrage ne peut en aucun cas dispenser le lecteur
de recourir à un professionnel du droit.

Nous sommes vigilants concernant les autorisations
de reproduction et indiquons systématiquement
les sources des schémas, images, tableaux, etc.

Pour toute demande de modification, mise à jour
ou suppression d'un élément au sein de cet ouvrage,
merci de contacter les éditions Territorial.

Ce livre ne peut être reproduit ni utilisé à des fins d'entraînement
de systèmes d'intelligence artificielle. La fouille de textes et de données
est interdite conformément à l'article 4(3) de la Directive (UE) 2019/790.

 <p>DANGER LE PHOTOCOPIAGE TUE LE LIVRE</p>	<p>Il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement la présente publication sans autorisation du Centre Français d'exploitation du droit de Copie. CFC 20, rue des Grands-Augustins 75006 Paris. Tél. : 01 44 07 47 70</p>
--	---



© Groupe Moniteur (Territorial Éditions), Gentilly

ISBN : 978-2-8186-2399-2

ISBN version numérique : 978-2-8186-2400-5

Imprimé par Neoprint, à Bourgoin-Jallieu (38) - Avril 2026

Dépôt légal à parution

Sommaire

Introduction

Le tourisme, un levier stratégique des politiques territoriales à l'horizon 2026 . p.7

Partie 1

Le tourisme, l'un des piliers de l'attractivité des territoires

Chapitre I

Le tourisme en France : un pilier économique national, une compétence stratégique intercommunale p.11

A - Un poids économique confirmé, au cœur des compétences locales p.12

B - Des dynamiques territoriales différenciées, au cœur de l'action intercommunale p.12

C - Enjeux contemporains : réguler, équilibrer, transformer p.13

Chapitre II

L'organisation du tourisme en France : une compétence partagée, une mise en œuvre territorialisée p.17

A - L'État : stratégie nationale, régulation, impulsion et opérateurs p.17

1. Le cadre : une responsabilité nationale inscrite dans le Code du tourisme p.17

2. Une approche interministérielle structurée : le Comité interministériel du tourisme (CIT) p.18

3. Les services déconcentrés : de la Direccte à la Dreets p.18

4. Les opérateurs et outils nationaux p.18

B - Les collectivités territoriales : planification, ingénierie, promotion, gestion au plus près p.20

1. Une répartition clarifiée... et un rôle renforcé du bloc intercommunal p.20

2. La région : planification et coordination (SRDTL/comité régional du tourisme) p.20

3. Le département : schéma et organisation départementale (comité départemental du tourisme/agence de développement touristique) p.21

4. Communes et intercommunalités : l'office de tourisme, outil de service public local p.21

C - Le pivot intercommunal : promotion du tourisme et organisation de destination p.21

1. Une compétence exercée de plein droit par les EPCI (principe) p.21

2. Ce que cela change politiquement pour un élu intercommunal p.22

3. La question sensible : stations, communes touristiques, organisation fine p.22

Chapitre III

L'écosystème du tourisme en France : cartographier les acteurs pour mieux piloter p.23

A - Les partenaires institutionnels p.23

1. ADN Tourisme : la fédération nationale des organismes institutionnels du tourisme p.23

2. Les grands réseaux d'élus et partenaires publics utiles au tourisme p.24

B - Les partenaires professionnels	p.25
1. La Confédération des acteurs du tourisme : une représentation interprofessionnelle structurée	p.25
2. Tourisme durable et responsable : réseaux de pratiques et labels	p.27
3. Tourisme à vélo : structuration de filière et réseaux de collectivités	p.27
4. Innovation, financement, ingénierie : des ressources plus lisibles qu'avant	p.27

Chapitre IV

Territoire et attractivité touristique

A - Contexte	p.29
B - Des dispositifs portés par l'État : du quantitatif vers la valeur et la transformation	p.30
1. Le cap national : compétitivité, recettes et durabilité	p.30
2. Le plan Destination France : une logique de reconquête et de transformation	p.30
3. Des outils qui parlent directement aux territoires	p.30
C - Quand les collectivités s'emparent du tourisme comme levier d'attractivité	p.31
1. Les régions : planification, marques, filières et coordination	p.31
2. Les départements : de l'ingénierie touristique... aux agences d'attractivité	p.31
3. Les intercommunalités : de la promotion à l'attractivité de destination	p.32
D - Le rôle de l'IA dans le tourisme à l'échelle des EPCI : une aide concrète à la décision publique	p.33
1. Mieux observer et comprendre les flux touristiques	p.33
2. Piloter la stratégie touristique et les investissements	p.33
3. Améliorer l'accueil et les services aux visiteurs	p.33
4. Mieux gérer les flux et les impacts du tourisme	p.33
5. Un cadre clair : données publiques, sobriété et gouvernance	p.34
E - La tentation du marketing territorial : utile, mais jamais suffisant	p.34
F - Quelques exemples de marques de territoire (à l'échelle des EPCI)	p.34
1. Des métropoles	p.34
2. Des EPCI	p.35
3. Des territoires ruraux	p.37

Partie 2

L' élu(e) en charge du tourisme

Chapitre I

Le rôle de l' élu(e) en charge du tourisme

A - Comprendre la mission de l' élu(e) en charge du tourisme	p.43
B - Quelques principes généraux	p.44
1. Une délégation de plus en plus « attractivité »	p.44
2. Un élu au cœur d'un système multi-acteurs	p.44
3. Une responsabilité exercée dans un paysage intercommunal stabilisé mais dense	p.45
C - Ce que change concrètement la compétence intercommunale pour l' élu(e)	p.45
1. Vous êtes garant(e) d'une stratégie de destination « utile »	p.45
2. Vous pilotez un service public de destination : l' office de tourisme	p.45
3. Vous devenez chef d' orchestre des relations entre communes et intercommunalité	p.45

D - Les premiers pas dans la fonction	p.46
1. Comprendre les arbitrages politiques et budgétaires (vite et ensemble).....	p.46
2. Travailler avec les services techniques et administratifs.....	p.47
3. Rencontrer l'ensemble des forces vives du territoire.....	p.48
Chapitre II	
Le schéma de développement touristique, l'œuvre politique de l' élu(e)	p.53
A - Principes généraux sur ce qu'est un schéma de développement touristique.....	p.53
B - Une démarche inscrite dans le temps du mandat.....	p.57
1. Une démarche politique structurée et lisible.....	p.57
2. Les cinq composantes indissociables d'un schéma de développement touristique.....	p.58
3. Des étapes successives au service de l'action publique.....	p.58
C - Observer et mesurer le tourisme : un outil de pilotage pour l' élu.....	p.61
1. La posture : pourquoi observer ?.....	p.61
2. La méthode : que mesurer ?.....	p.63
3. Les moyens : avec quels outils et quelles sources ?.....	p.65
4. L'innovation : ouvrir l'observation sur demain.....	p.69
D - Faut-il que la collectivité se fasse aider par un cabinet de consultants ?.....	p.70
1. Clarifier le besoin avant de consulter.....	p.70
2. Analyser les méthodologies proposées.....	p.70
3. Examiner les références et leur comparabilité.....	p.70
4. Comprendre les niveaux de prix.....	p.70
5. Évaluer la capacité à accompagner la mise en œuvre.....	p.71
Chapitre III	
Les moyens de l' élu(e) en charge du tourisme : choisir les bons outils, sécuriser la gouvernance, financer l' action	p.73
A - Choisir le bon modèle d' office de tourisme.....	p.73
1. La question clé : gestion déléguée ou gestion intégrée ?.....	p.73
2. L' association loi 1901.....	p.74
3. La société publique locale (SPL).....	p.75
4. L' établissement public industriel et commercial (EPIC).....	p.77
5. Les autres formes de structures juridiques adaptées à l' office de tourisme.....	p.78
B - Organiser le pilotage : la relation élu-OT sans ambiguïté.....	p.79
1. Délibération de la collectivité pour instituer l' office de tourisme.....	p.79
2. Une convention entre la collectivité et l' office de tourisme.....	p.80
C - Professionnaliser l' outil : le classement de l' office de tourisme.....	p.81
D - Financer et piloter : la taxe de séjour (et ses règles de 2026).....	p.84
1. Qu' est-ce que la taxe de séjour ?.....	p.84
2. Ce qui change (et que tout élu doit avoir en tête en 2026).....	p.85
3. Grille tarifaire applicable en 2026.....	p.86
Conclusion	
Le tourisme intercommunal en 2026 : piloter, réguler, transformer	p.89
Glossaire des abréviations	p.91

Introduction

Le tourisme, un levier stratégique des politiques territoriales à l'horizon 2026

Le tourisme demeure l'un des moteurs essentiels du développement des territoires français.

Il contribue à leur vitalité économique, culturelle et sociale, en générant des emplois non délocalisables, en valorisant les patrimoines naturels et bâtis, et en favorisant le lien entre habitants, professionnels et visiteurs. Il irrigue la France dans toutes ses dimensions : métropoles, espaces ruraux, littoraux, montagnes, villes moyennes ou territoires d'outre-mer.

Longtemps perçu comme une ressource naturelle et inépuisable, le tourisme s'est profondément transformé. Les mutations économiques, sociales et environnementales, la diversification des clientèles, la concurrence internationale accrue et l'accélération technologique imposent aux acteurs publics une adaptation continue.

En 2026, le tourisme s'inscrit dans un contexte de transitions multiples.

Les **transitions écologique et énergétique**, d'une part, appellent à repenser les mobilités, la consommation des ressources et la gestion des flux.

Les **transitions numérique et cognitive**, d'autre part, ouvrent de nouvelles perspectives : l'exploitation des **données** et le recours à l'**intelligence artificielle** permettent désormais d'affiner la connaissance des visiteurs, de mieux anticiper les comportements, d'optimiser la gouvernance et d'évaluer plus précisément les impacts économiques, sociaux et environnementaux.

Ces évolutions placent les collectivités territoriales au cœur de la stratégie nationale du tourisme.

Leur rôle dépasse la simple promotion : elles assurent la **coordination**, la **planification** et la **régulation** d'une activité qui engage l'avenir économique et écologique de leur territoire. Les organisations de gestion de destination (OGD) s'affirment comme des outils d'ingénierie territoriale à part entière, capables d'articuler développement, attractivité et durabilité.

À l'approche des **élections municipales de 2026**, les élus locaux sont invités à redéfinir leur projet touristique à la lumière de ces transformations.

Le tourisme devient une composante à part entière du projet de territoire, au croisement de plusieurs politiques publiques : développement économique, aménagement, culture, environnement, mobilités et innovation.

L'élu(e) délégué(e) au tourisme doit désormais conjuguer une approche stratégique et opérationnelle, intégrant l'analyse des données, la concertation avec les acteurs locaux et la recherche d'un équilibre entre attractivité et qualité de vie.

Ce guide a été conçu pour accompagner les élus et techniciens des collectivités dans cette démarche.

Il propose des repères méthodologiques, des exemples concrets et des outils pratiques pour concevoir, piloter et évaluer une politique touristique adaptée à chaque contexte territorial.

L'ouvrage s'articule en deux grandes parties :

- **première partie** : le tourisme comme pilier de l'attractivité des territoires, avec une présentation des principales données du secteur, de l'organisation institutionnelle et des leviers économiques et culturels de développement ;
- **seconde partie** : le rôle et les moyens d'action de l'élu(e) délégué(e) au tourisme, à travers la définition d'un schéma de développement touristique, la mobilisation des outils financiers et la valorisation des partenariats publics et privés.

L'ensemble de ces contenus s'appuie sur plus de vingt ans d'expérience au service des territoires et sur une observation constante des évolutions du secteur.

Il vise à donner aux élu(e)s une vision claire et actualisée du tourisme comme **levier d'attractivité, de cohésion et d'innovation territoriale** dans un contexte où la maîtrise des données, l'intelligence artificielle et la transition écologique deviennent les nouveaux fondements d'une politique touristique durable et partagée.

Partie 1

Le tourisme, l'un des piliers de l'attractivité des territoires

Chapitre I

Le tourisme en France : un pilier économique national, une compétence stratégique intercommunale

En France, le tourisme constitue à la fois un pilier économique national – par ses emplois, ses recettes et son poids dans la balance des paiements – et une compétence stratégique exercée au plus près des territoires. Pour l'élu intercommunal, bien connaître le tourisme, c'est comprendre un secteur transversal, à l'interface de l'économie, de l'aménagement, de la culture, des mobilités et de la qualité de vie. Cette connaissance est indispensable pour piloter des politiques publiques efficaces, arbitrer entre attractivité et équilibres locaux, et inscrire l'action touristique dans un projet de territoire partagé, mesurable et durable.

Jusqu'à la crise sanitaire de 2020, la France occupait durablement une place de premier plan parmi les grandes destinations touristiques mondiales. Les séries statistiques publiées par l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee), la direction générale des Entreprises et Atout France faisaient état, sur une longue période, d'un niveau élevé et relativement stable des arrivées de visiteurs internationaux, supérieur à 80 millions par an à la fin des années 2010.

Ces données, issues de méthodes statistiques harmonisées au niveau international, ne constituent pas un comptage individuel exhaustif, mais un indicateur robuste de l'attractivité structurelle du pays. Elles traduisent une réalité profonde : la France est historiquement et durablement une destination touristique majeure, portée par la diversité de ses territoires, la densité de ses patrimoines, la qualité de ses infrastructures et la structuration progressive de ses politiques publiques du tourisme.

La crise sanitaire de 2020 a marqué une rupture brutale. Elle a entraîné un effondrement sans précédent des flux touristiques internationaux et une contraction significative de la consommation touristique. Les années 2021 à 2023 ont toutefois confirmé la capacité de résilience du secteur. Les publications officielles font état d'un retour progressif des clientèles internationales et d'un niveau de fréquentation désormais proche, voire équivalent selon les indicateurs, à celui observé avant crise, avec un rôle renforcé du tourisme domestique.

Pour les collectivités territoriales, et en particulier pour les établissements publics de coopération intercommunale, cette séquence a agi comme un révélateur : le tourisme n'est pas une activité accessoire, mais un pilier économique exposé aux chocs, nécessitant pilotage, anticipation et coordination à l'échelle pertinente.

A - Un poids économique confirmé, au cœur des compétences locales

Selon les données actualisées de la direction générale des Entreprises, la consommation touristique intérieure se situe, hors période de crise, autour de **150 à 160 milliards d'euros par an**, avec une structure relativement stable : environ **deux tiers des dépenses sont le fait des résidents français**, un tiers provenant des visiteurs internationaux. Le tourisme représente ainsi **un peu plus de 7 % du produit intérieur brut**, confirmant son rang parmi les premiers secteurs économiques nationaux.

Cette richesse n'est pas produite de manière abstraite : elle est générée localement, dans les territoires, au plus près des bassins de vie. Hébergements touristiques, restauration, commerces de proximité, transports, équipements culturels et de loisirs, services événementiels ou encore activités de pleine nature constituent le socle d'une économie touristique profondément territorialisée.

Les chiffres de l'emploi illustrent cette réalité. Environ **1,5 million d'emplois directs** relèvent du champ touristique, auxquels s'ajoutent des emplois indirects et induits d'ampleur comparable. Ces emplois sont particulièrement concentrés dans certains territoires – littoraux, de montagne, métropoles touristiques, territoires ruraux à forte attractivité – où ils conditionnent l'équilibre économique local.

À l'échelle intercommunale, le tourisme s'inscrit pleinement dans le champ de l'**économie présente**, notion développée par l'Insee pour désigner les activités destinées aux populations présentes sur un territoire, qu'il s'agisse d'habitants permanents ou de visiteurs. Les dépenses touristiques irriguent ainsi l'ensemble du tissu économique local, y compris des secteurs qui ne se définissent pas comme touristiques à titre principal.

B - Des dynamiques territoriales différenciées, au cœur de l'action intercommunale

Les données issues des enquêtes nationales montrent que les pratiques touristiques des Français demeurent relativement équilibrées entre grands types d'espaces : littoral, montagne, villes et espaces ruraux. Depuis plusieurs années, une progression des séjours à la campagne et dans les territoires de faible densité est observée, tendance renforcée à la sortie de la crise sanitaire.

Cette évolution conforte le rôle stratégique des établissements publics de coopération intercommunale (EPCI), qui constituent désormais l'échelle privilégiée pour articuler attractivité, développement économique, aménagement et mobilités. La compétence tourisme, souvent exercée à travers un office de tourisme intercommunal, permet de dépasser les logiques communales fragmentées et de construire des projets de destination cohérents, lisibles et adaptés aux flux réels.

L'hébergement constitue un levier central de cette politique. La France compte environ **3,3 millions de résidences secondaires**, représentant près de **17 millions de lits touristiques**, soit près des trois quarts de la capacité d'accueil nationale. Selon Atout France, ces résidences sont occupées en moyenne **un peu plus de 12 semaines par an**, avec des durées plus élevées dans certains territoires ruraux.

L'essor des plateformes numériques de location de courte durée a profondément modifié les usages de ce parc. À l'échelle intercommunale, cette évolution pose des enjeux majeurs : équilibre entre hébergement touristique et logement permanent, pression sur le foncier et l'immobilier, fiscalité locale, acceptabilité sociale du tourisme et gestion des flux.

Loi Le Meur : l'essentiel à retenir pour un élu en charge du tourisme

La loi n° 2024-1039 du 19 novembre 2024, dite loi **Le Meur**, marque un tournant dans la régulation des meublés de tourisme. Son objectif est clair : **redonner aux collectivités locales des leviers concrets pour préserver le logement à l'année**, tout en maintenant une activité touristique encadrée et soutenable.

Premier apport majeur : la **généralisation de l'enregistrement obligatoire des meublés de tourisme**, via un téléservice national, au plus tard en mai 2026. Cet outil permet aux communes de mieux connaître le parc réel de locations de courte durée, de lutter contre la fraude (fausses résidences principales) et de sécuriser la perception de la taxe de séjour.

La loi renforce ensuite les **pouvoirs de régulation locale**. Les maires peuvent désormais **abaisser de 120 à 90 jours par an** la durée maximale de location d'une résidence principale, instaurer des **quotas d'autorisations**, et durcir les règles de **changement d'usage**, notamment pour les résidences secondaires. En matière d'urbanisme, les communes les plus sous tension peuvent introduire dans leur PLU des secteurs réservés aux **résidences principales**, afin de freiner la transformation de logements en hébergements touristiques.

Sur le plan économique, la loi s'accompagne d'un **rééquilibrage fiscal** : les avantages du meublé touristique, en particulier non classé, sont réduits afin de rapprocher sa rentabilité de celle de la location longue durée.

Pour l'élu en charge du tourisme, l'enjeu est stratégique : **articuler politique du logement et politique touristique**. Bien utilisée, la loi Le Meur devient un outil d'acceptabilité sociale du tourisme, au service de l'hospitalité, de l'emploi local et de l'équilibre entre habitants et visiteurs.

C - Enjeux contemporains : réguler, équilibrer, transformer

Depuis une dizaine d'années, les collectivités sont confrontées à des enjeux renouvelés. La concentration de meublés de tourisme dans certains centres urbains ou stations, la saturation ponctuelle de sites emblématiques, les tensions sur le logement ou encore les attentes croissantes en matière de transition écologique interrogent les modèles touristiques hérités.

Dans ce contexte, le rôle de l'intercommunalité est central. Elle constitue l'échelle pertinente pour :

- organiser la gouvernance touristique ;
- articuler développement économique, habitat et mobilités ;
- réguler les usages touristiques ;
- accompagner les professionnels ;
- inscrire le tourisme dans une trajectoire durable.

La transition écologique, désormais inscrite dans l'ensemble des politiques publiques, concerne pleinement le tourisme : mobilités, sobriété foncière, gestion des ressources, adaptation au changement climatique, désaisonnalisation et qualité de l'emploi. Ces enjeux appellent des réponses structurées, coordonnées et territorialisées.

Le tourisme s'affirme ainsi comme une **politique publique à part entière**, au croisement des compétences économiques, sociales, environnementales et d'aménagement, dont l'intercommunalité est devenue l'un des principaux chefs d'orchestre.



Sources officielles

- Direction générale des Entreprises, *Mémento du tourisme*.
- Atout France, *Le parc d'hébergements touristiques et les résidences secondaires*, publications récentes.
- Insee, « Comptes satellites du tourisme, économie présenteielle, enquêtes déplacements et séjours ».

Ce que doit retenir un élu intercommunal

Le tourisme est une politique publique structurante, qui dépasse largement la seule promotion des destinations.

À l'échelle intercommunale, il constitue à la fois un levier économique majeur, un facteur d'équilibre territorial et un champ d'action stratégique exposé aux mutations contemporaines.

1) Le tourisme pèse lourd dans l'économie locale

Le tourisme représente plus de 7 % du produit intérieur brut (PIB) national et irrigue directement l'économie des territoires. Les retombées sont générées localement : hébergement, restauration, commerces, loisirs, culture, transports. À l'échelle intercommunale, ces flux soutiennent l'emploi, souvent saisonnier, et participent à la vitalité des centres-bourgs, des stations et des espaces ruraux.

2) L'intercommunalité est l'échelle pertinente de pilotage

Les pratiques touristiques ne s'arrêtent pas aux frontières communales. Les EPCI disposent désormais des leviers essentiels pour structurer une stratégie de destination cohérente : offices de tourisme intercommunaux, développement économique, aménagement, mobilités, habitat. Cette échelle permet de dépasser les concurrences locales et de mutualiser les moyens.

3) L'hébergement est un enjeu stratégique et sensible

Les résidences secondaires et les meublés de tourisme représentent la majorité des capacités d'accueil. Leur développement, amplifié par les plateformes numériques, crée de la valeur, mais génère aussi des tensions sur le logement, le foncier et l'acceptabilité sociale du tourisme. La régulation et l'équilibre des usages relèvent pleinement des responsabilités intercommunales.

4) Le tourisme relève de l'économie présentielle

Les dépenses des visiteurs, qu'ils soient touristes de loisirs, d'affaires ou excursionnistes, participent au fonctionnement global du territoire. Le tourisme soutient des activités non délocalisables et contribue à maintenir des services et des commerces utiles également aux habitants permanents.

5) Les enjeux ont changé : réguler, équilibrer, transformer

La fréquentation élevée de certains sites, les attentes environnementales, les effets du changement climatique et la question de la qualité de l'emploi imposent une évolution des modèles touristiques. L'intercommunalité est appelée à jouer un rôle de chef d'orchestre, en conciliant attractivité, qualité de vie et transition écologique.



En résumé

Pour un élu intercommunal, le tourisme n'est ni une compétence secondaire ni un simple outil de communication. Il s'agit d'un levier stratégique de développement territorial, qui exige une vision de long terme, une gouvernance partagée et une action publique assumée.