

Le surtourisme en débat ? Analyse d'une catégorie médiatique émergente

Jaércio da Silva

Université Paris-Panthéon-Assas (IFP/Carism), France

Global, Numéro 1/2026, Surtourisme et promotion de la vie publique locale
Global, Número 1/2026, Overtourism e promoção da vida pública local
Global, Issue 1/2026, Overtourism and promotion of local public life

Cet article analyse la construction médiatique du surtourisme dans l'audiovisuel français à partir d'un corpus de 865 notices d'émissions de radio et de télévision recensées par l'INA et mentionnant explicitement le terme « surtourisme ». L'étude retrace l'émergence de cette catégorie dans l'espace public et examine les principaux cadrages médiatiques associés à la terminologie. Les résultats montrent une forte accélération de la médiatisation du surtourisme à partir de 2023, dans un contexte de reprise des mobilités internationales après la pandémie de Covid-19. Deux cadrages dominants se dégagent : un cadrage saisonnier et territorial centré sur la saturation des lieux touristiques, et un cadrage structurel portant sur les effets du tourisme sur le logement, les territoires et la qualité de vie des habitants. Enfin, Airbnb apparaît comme une figure centrale de la mise en récit médiatique du surtourisme, cristallisant des tensions liées au logement, à la gentrification et à la régulation des plateformes numériques.

Este artigo analisa a construção mediática do sobreturismo nos meios audiovisuais franceses a partir de um corpus de 865 registros de programas de rádio e televisão inventariados pelo INA e que mencionam explicitamente o termo « surturismo ». O estudo traça a emergência desta categoria no espaço público e examina os principais enquadramentos mediáticos associados a este fenómeno. Os resultados mostram uma forte aceleração da mediatização do excesso de turismo a partir de 2023, num contexto de retoma da mobilidade internacional após a pandemia de Covid-19. Destacam-se dois enquadramentos dominantes: um enquadramento sazonal e territorial centrado na saturação dos locais turísticos, e um enquadramento estrutural que incide sobre os efeitos do turismo na habitação, nos territórios e na qualidade de vida dos habitantes. Por fim, a Airbnb surge como uma figura central na narrativa mediática do excesso de turismo, cristalizando tensões relacionadas com a habitação, a gentrificação e a regulamentação das plataformas digitais.

This article analyses the media construction of overtourism in the French audiovisual sector, based on a corpus of 865 radio and television programme entries recorded by the INA that explicitly mention the term 'overtourism'. The study traces the emergence of this category in the public sphere and examines the main media frames associated with this terminology. The results show a sharp increase in media coverage of overtourism from 2023 onwards, against a backdrop of resuming international travel following the Covid-19 pandemic. Two dominant frames emerge: a seasonal and territorial frame centred on the saturation of tourist destinations, and a structural frame focusing on the effects of tourism on housing, local areas and residents' quality of life. Finally, Airbnb emerges as a central figure in the media narrative of overtourism, crystallising tensions linked to housing, gentrification and the regulation of digital platforms.

Introduction

Depuis quelques années, la saison touristique s'accompagne de mobilisations croissantes contre le tourisme de masse sur les territoires et les populations locales. En Espagne, des milliers de personnes ont ainsi manifesté à Barcelone¹, à Málaga² ou encore dans les îles Canaries³. Ces mobilisations font écho aux mesures adoptées dans plusieurs pays européens, notamment aux Pays-Bas⁴, en France⁵, en Grèce⁶, en Croatie⁷ et en Italie⁸, afin d'encadrer les locations de courte durée, d'instaurer des taxes de séjour ou de réguler la fréquentation de certains sites. Paradoxalement, ces contestations et ces dispositifs de régulation se développent alors même que la fréquentation touristique continue d'atteindre des niveaux record en Europe⁹, témoignant de la place considérable qu'occupe le secteur, mais aussi des tensions croissantes suscitées par son expansion.

¹ « Les Barcelonais en colère contre le surtourisme ». *Euronews*. Publié le 7 juillet 2024. <https://fr.euronews.com/my-europe/2024/07/07/barcelone-des-milliers-de-personnes-manifestent-contre-le-tourisme-de-masse>

² « MÁLAGA PARA VIVIR, NO PARA SOBREVIVIR ». *Sindicato de Inquilinas e Inquilinos de Málaga*. Publié le 13 juin 2024. <https://inquilinatomalaga.org/2024/06/13/malaga-para-vivir-no-para-sobrevivir/>

³ « Espagne : des manifestations pour protester contre le surtourisme dans les îles Canaries ». *Franceinfo*. Publié le 21 avril 2024. https://www.francetvinfo.fr/monde/espagne/espagne-des-manifestations-pour-protester-contre-le-surtourisme-dans-les-iles-canaries_6500276.html

⁴ « Amsterdam Bans Construction of New Hotels as a Way to Fight Overtourism ». *CNN*. Publié le 17 avril 2024. <https://www.cnn.com/travel/amsterdam-bans-construction-new-hotels-overtourism-intl/index.html>

⁵ « La France s'attaque au problème du surtourisme ». *Forbes France*. Publié le 27 juin 2023. <https://www.forbes.fr/politique/la-france-sattaque-au-probleme-du-surtourisme/>

⁶ « "Europe's Most Beautiful Island" Wrecked by Overtourism ». *Express.Co*. Publié le 15 juillet 2024. <https://www.express.co.uk/news/world/1923510/uk-tourists-greece-slam-beautiful-island-wrecked-overtourism>

⁷ « Dubrovnik Bans Building of Holiday Apartments to Curb Tourism ». *Balkan Insight*. Publié le 3 octobre 2023. <https://balkaninsight.com/2023/10/03/croatias-dubrovnik-bans-building-of-holiday-apartments-to-curb-tourism/>

⁸ « Italy Takes Aim at Tourists with Airbnb Crackdown and Loudspeaker Bans ». Publié le 6 février 2024. <https://www.bbc.com/travel/article/20240205-italy-battles-over-tourism-with-loudspeaker-bans-airbnb-crackdown>

⁹ « Another record year for EU tourism in 2025 ». *Eurostat*. Publié le 4 mars 2026. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20260304-1?utm>

Depuis la seconde moitié du XXe siècle, la croissance rapide du tourisme international suscite des interrogations quant aux conséquences sur les sociétés d'accueil et leurs environnements. D'un point de vue historique, les travaux de Louis Turner et John Ash (1975) présageaient une critique du tourisme international de masse et de ses effets sur les sociétés hôtes. Les auteurs analysent l'expansion rapide du tourisme international, principalement depuis les pays riches vers des régions moins développées, et proposent la métaphore des « hordes dorées » pour qualifier l'afflux massif de touristes. Ils comparent cet envahissement à des invasions historiques, en soulignant les effets profondément transformatifs et souvent destructeurs que peut engendrer le tourisme sur les sociétés locales et leurs environnements. Leur contribution est reconnue pour avoir introduit une lecture globale du tourisme, en insistant sur les inégalités entre le « centre du plaisir » et sa périphérie.

Si les critiques du tourisme de masse se sont d'abord exprimées dans une perspective politique et économique, ce n'est qu'à partir de la fin des années 2000 que le terme *surtourisme*¹⁰ s'est progressivement imposé dans les sphères scientifiques, médiatiques et politiques, pour désigner les déséquilibres engendrés par une fréquentation excessive de certains territoires et la dégradation de l'expérience touristique. L'article de Nguyen Tac An, Nguyen Ky Phung et Tran Bich Chau (2008) est la première utilisation connue du terme « *overtourism* » dans une revue scientifique à comité de lecture. Les auteurs y analysent les enjeux liés à la gestion intégrée des zones côtières au Vietnam, en identifiant trois facteurs majeurs de dégradation environnementale : l'aquaculture intensive, la surpêche et le *surtourisme*. Le terme est employé ici pour désigner l'aspect environnemental lié à la surexploitation des ressources marines, plutôt que sous l'angle des conflits sociaux ou urbains qui domineront les débats ultérieurs.

¹⁰ Il convient de souligner que le terme est un anglicisme calqué sur l'expression *overtourism*, dont la traduction en français serait « tourisme excessif ».

En dehors du champ académique, le terme « surtourisme » a été utilisé pour la première fois sur Twitter/X, sous la forme de l'hashtag #overtourism, en août 2012 (Goodwin, 2017). L'hashtag a rapidement trouvé un écho tant chez les habitants que chez les visiteurs, en exprimant un ressenti commun : celui d'une dégradation de la qualité de vie des résidents ou de l'expérience touristique, causée par un afflux excessif de visiteurs. Le terme est également devenu un référent dans les politiques de gestion des destinations, comme l'atteste le rapport du Parlement européen (Peeters *et al.*, 2018).

Le surtourisme désigne une situation dans laquelle les résidents, les visiteurs ou les deux estiment que la qualité de vie ou de l'expérience touristique est dégradée de manière inacceptable (Goodwin, 2017). Ce déséquilibre relationnel peut se traduire par un ressenti négatif de la part des résidents, dont la qualité de vie se trouve abaissée à cause de la concentration touristique dans certains quartiers et régions de la ville. Mais c'est aussi du côté des touristes eux-mêmes que s'exprime un sentiment de frustration. Au Mont-Saint-Michel, par exemple, bien que le site subisse un tourisme de masse, ce ressenti est moins perceptible par les habitants en raison de la faible population locale. C'est surtout l'expérience touristique qui est appauvrie, saturée par la présence d'autres visiteurs. Le touriste au Mont-Saint-Michel devient à la fois spectateur et obstacle, contraint de subir le fait d'être pris en photo par un autre touriste ou de ne rencontrer que des semblables. En outre, ce déséquilibre relationnel est traversé par des logiques économiques, écologiques, culturelles et historiques, qui influencent la manière dont les visiteurs se perçoivent.

Cette approche place le ressenti au cœur de la définition, en soulignant que l'impact est à la fois social et spatial. Ces tensions peuvent aller jusqu'à susciter une remise en cause du classement patrimonial lui-même : à Vlkolínec, en Slovaquie, certains habitants réclament ainsi le retrait du village de la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, estimant que la visibilité conférée par le label contribue à une fréquentation touristique devenue disproportionnée au regard de la taille de la communauté locale. Certains sites inscrits au

patrimoine mondial de l'UNESCO cherchent ainsi désormais à se défaire de ce label, devenu, dans certains contextes, un facteur d'intensification des flux touristiques et des pressions qui leur sont associées¹¹. Dans cette perspective, le surtourisme est entendu comme étant la perception d'un déséquilibre relationnel entre les touristes et les habitants (Duhamel, 2023) visible dans les tensions d'usage de la ville et les discours véhiculés par les différents acteurs.

À la croisée des disciplines et des sphères, la notion de surtourisme cristallise aujourd'hui une série d'enjeux imbriqués, qui se déploient à différentes échelles, du local au global : saturation des infrastructures, conflits d'usages, marchandisation du patrimoine, hausse des loyers, dégradation des écosystèmes ou encore mobilisations citoyennes. Milano, Cheer et Novelli (2019) s'accordent pour définir le surtourisme comme une croissance de la fréquentation touristique, provoquant la saturation, la dégradation du cadre de vie des habitants et des transformations durables des espaces, des modes de vie et du bien-être, notamment lors de pics saisonniers. Ils démontrent surtout que le surtourisme n'est pas homogène, mais qu'il relève de logiques territorialisées, touchant à la transformation urbaine, aux conflits d'usages et aux tensions sociales (Dilshan et Nakabasami, 2025).

À partir d'un corpus d'émissions de radio et de télévision françaises mentionnant explicitement le terme « surtourisme », l'émergence et la circulation de ce terme sont analysées dans l'espace médiatique afin d'identifier les thématiques récurrentes, les cadrages dominants et les figures mobilisées dans la construction du surtourisme en tant que catégorie journalistique. De quelle manière le terme « surtourisme » est-il mobilisé pour rendre compte de l'expérience touristique ? Quels contenus, enjeux, acteurs et représentations sont-ils associés à ce cadre interprétatif médiatique ?

¹¹ Berg, B. (2006), « The sites fighting to be removed from the Unesco World Heritage List », *BBC Travel*. Publié le 12 Juin 2026.

<https://www.bbc.com/travel/article/20260611-the-sites-fighting-to-be-removed-from-unesco>

Afin de comprendre comment les médias contribuent à transformer un mot en catégorie d'interprétation du monde (Entman, 1993), l'article est organisé en trois temps. Nous présentons d'abord la méthodologie mobilisée et les caractéristiques du corpus audiovisuel constitué à partir des archives de l'INA. Nous analysons ensuite l'émergence médiatique du terme et les dynamiques de sa mise en visibilité dans l'espace public, en montrant notamment l'accélération de sa médiatisation à partir de 2023. Enfin, nous identifions les principaux cadrages médiatiques associés à cette catégorie, en mettant en évidence les acteurs, les enjeux et les représentations qui structurent la construction du surtourisme comme catégorie journalistique.

Méthodologie

En collaboration avec l'INA Lab, cette étude exploratoire repose sur l'analyse automatisée et comparative d'un ensemble d'émissions de radio et de télévision mentionnant explicitement le terme « surtourisme ». Ce corpus audiovisuel compte 865 notices décrivant des programmes issus de chaînes de télévision et de radio, nationales, régionales ou thématiques. Après examen des données, seules quelques colonnes (notamment pour le titre, pour la description et la chaîne) ont été retenues pour les traitements textuels, car la majorité des autres champs était peu renseignée. Nous avons travaillé exclusivement à partir des notices traitées par l'INA. Ces résumés et titres rédigés par les documentalistes ne prennent pas en compte ce qui est dit par les journalistes, présentateurs ou animateurs de l'émission analysée. Ni ce qui est dit par les personnes interrogées lors de ces émissions (autorités politiques, spécialistes, touristes, habitants ou témoins). Loin d'une analyse de discours, ce sont ces séries d'informations recueillies que nous avons analysées de prime abord pour identifier dans le corpus les thématiques les plus récurrentes liées au sujet.

L'évaluation de ces notices repose uniquement sur les descriptions fournies par les documentalistes de l'INA, dans le but de comprendre l'émergence et la circulation du sujet

dans l'espace médiatique, sans pour autant procéder à une analyse des contenus eux-mêmes disponibles dans la base de données. Dans cette perspective, le choix du mot-clé « surtourisme » pour extraire les données du corpus constitue un filtre important, excluant d'autres formulations concurrentes telles que « tourisme de masse », « tourisme excessif » ou bien encore « surfréquentation ». Ce choix est délibéré car il s'agit d'étudier la construction du terme « surtourisme » comme la formation d'une nouvelle catégorie d'analyse interprétant à nouveau frais péjorativement l'activité touristique. L'objectif n'est donc pas d'analyser le surtourisme en tant que phénomène, mais de mieux comprendre de quelle manière les médias contribuent à faire du surtourisme le nom d'un problème identifié et identifiable grâce à ce vocable et à le mettre à l'agenda du débat public.

L'analyse lexicale a été conduite avec des bibliothèques Python. Les textes ont été vectorisés *via* CountVectorizer (limité à 50 termes pour les visualisations), avec une liste manuelle de mots-outils adaptés à la langue française. Cela a permis d'identifier les termes les plus fréquents, ainsi que ceux les plus spécifiques appartenant à certaines sous-collections (par exemple, les émissions mentionnant Airbnb). Des matrices de cooccurrence ont été générées en croisant les termes les plus fréquents avec leurs contextes d'apparition. L'analyse des proximités sémantiques a été réalisée par mesure de similarité, puis visualisée à l'aide de la bibliothèque networkx. Ces cartes de relations lexicales permettent de dégager des noyaux thématiques, utiles pour structurer les enjeux discursifs récurrents.

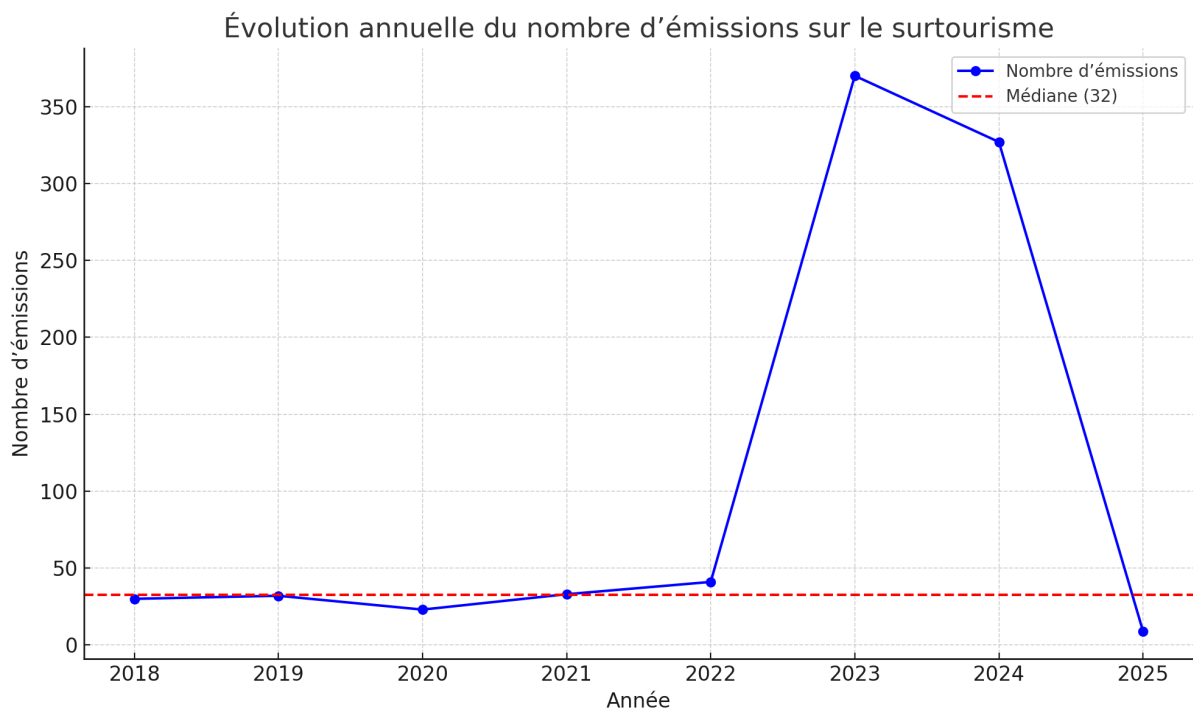
L'analyse a également porté sur les intervenants mentionnés, les représentants de plateformes numériques, les personnalités politiques ou les experts du secteur. Les occurrences ont été extraites automatiquement, puis croisées avec les métadonnées de format (genre, description, chaîne). Un traitement spécifique a été appliqué aux notices mentionnant Airbnb, afin d'isoler le vocabulaire associé. À titre d'exemple, la vectorisation du texte associé aux 87 occurrences mentionnant Airbnb a permis la génération d'un champ lexical structurant ces mentions : logement, plateforme, marché, régulation, etc.

Une médiatisation en forte croissance depuis 2023

À la radio et à la télévision en France, le terme émerge pour la première fois en 2018. Pour le premier média, à l'occasion radio du Salon du tourisme à Paris et pour le second, lors d'un reportage traitant du nombre de visiteurs et de la nécessaire protection des calanques de Marseille. Toutefois, l'analyse chronologique des notices révèle une nette accélération de la couverture médiatique du « surtourisme » à partir de 2023 (voir figure 1). Si les premières occurrences apparaissent dès 2015, avec une médiane de 23 émissions par an, un saut quantitatif majeur se produit en 2023 (370 émissions), suivi de 2024 (327 émissions), puis de 9 programmes pour le premier trimestre 2025 (janvier-mars).

Notre corpus montre que l'année 2023 est marquée par une reprise du tourisme international dans un contexte post-Covid (Richards & Mediotte, 2021). Avec plus de 100 millions de visiteurs en France en 2023, soit une hausse de 26 % par rapport à 2022, et de 11 % par rapport au record prépandémique de 2019, les médias s'emparent du sujet pour interroger les conséquences sociales et territoriales du tourisme de masse. L'essai, *L'an zéro du tourisme*, reflète cette nouvelle dynamique dans les sphères de l'information et de l'édition. Les émissions abordent la pandémie comme un point de bascule : le « retour » des touristes devient à la fois signe de résilience du secteur après une période de crise intense et source d'inquiétude, notamment en ce qui concerne l'écologie et la capacité des territoires à absorber ces flux. Des régions comme la Corse ou les Calanques de Marseille sont ainsi au cœur de reportages qui décrivent des dispositifs de régulation (quotas, réservations obligatoires) face à l'afflux excessif et deviennent des exemples nationaux du problème évoqué. Ce discours s'accompagne d'une montée en visibilité des résistances locales : collectifs d'habitants, élus locaux et associations dénoncent la pression exercée par le tourisme sur les espaces de vie.

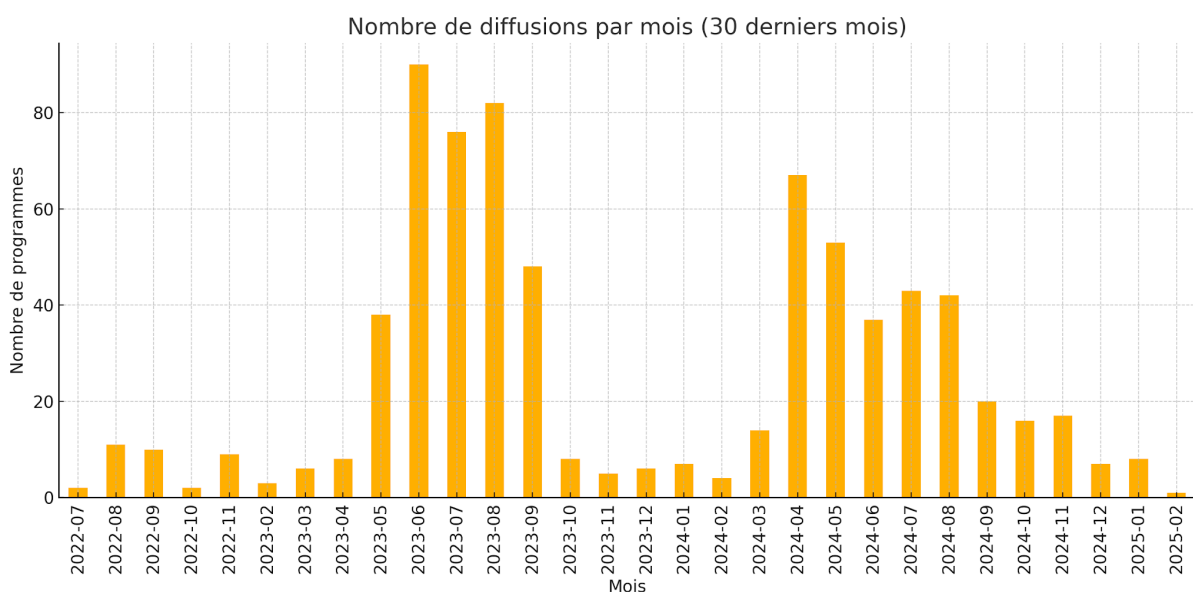
Figure 1 :



En 2024, le traitement médiatique poursuit les problématiques identifiées dès 2023, adoptant une approche plus globale des dynamiques touristiques actuelles. Une attention particulière est portée à la crise du logement en milieu urbain, soulignant comment la croissance des locations de courte durée contribue directement à exacerber les tensions immobilières, un processus intensifié par la généralisation des plateformes numériques, telles que Airbnb, Booking et TripAdvisor. Selon Raffour (2021), l'e-tourisme a modifié les relations entre offreurs et consommateurs touristiques, plaçant les plateformes au cœur des échanges et renouvelant les enjeux en matière de régulation, d'équilibre économique et d'impact social.

Cette centralité des plateformes témoigne d'une transformation structurelle du secteur touristique, marquée par leur capacité à déstabiliser les circuits traditionnels de l'hébergement et de la consommation touristiques (Grondeau & Dourthe, 2023).

Figure 2 :



En outre, si l'on observe la répartition du sujet sur les trente derniers mois (voir Figure 2), une forte saisonnalité éditoriale se dégage : les pics de diffusion coïncident avec les périodes touristiques estivales. Cette récurrence suggère que le surtourisme est fréquemment traité comme un sujet d'actualité ponctuelle, intimement lié aux fluctuations saisonnières du tourisme. Il s'apparente ainsi à ce que les journalistes qualifient de « marronnier » : un thème abordé de manière récurrente à la même période chaque année, bien qu'il soit considéré comme ayant une faible valeur informative intrinsèque (Bastin, 2018 : 95-96). En ce sens, le

surtourisme tend à être construit médiatiquement comme un « fait divers saisonnier », au même titre que les soldes ou la rentrée scolaire.

Cela se manifeste également dans un traitement médiatique majoritairement associé à des formats courts, relevant d'une logique d'information générale. Le surtourisme est le plus souvent abordé comme un fait d'actualité ponctuel, plutôt que comme un objet de débat ou d'analyse approfondie. Cette tendance se confirme dans le corpus étudié : seule une dizaine de programmes ont été classés par les documentalistes de l'INA dans des formats de type magazine, émission de débat ou interview politique, avec le surtourisme comme sujet principal.

Deux cadrages médiatiques dominants

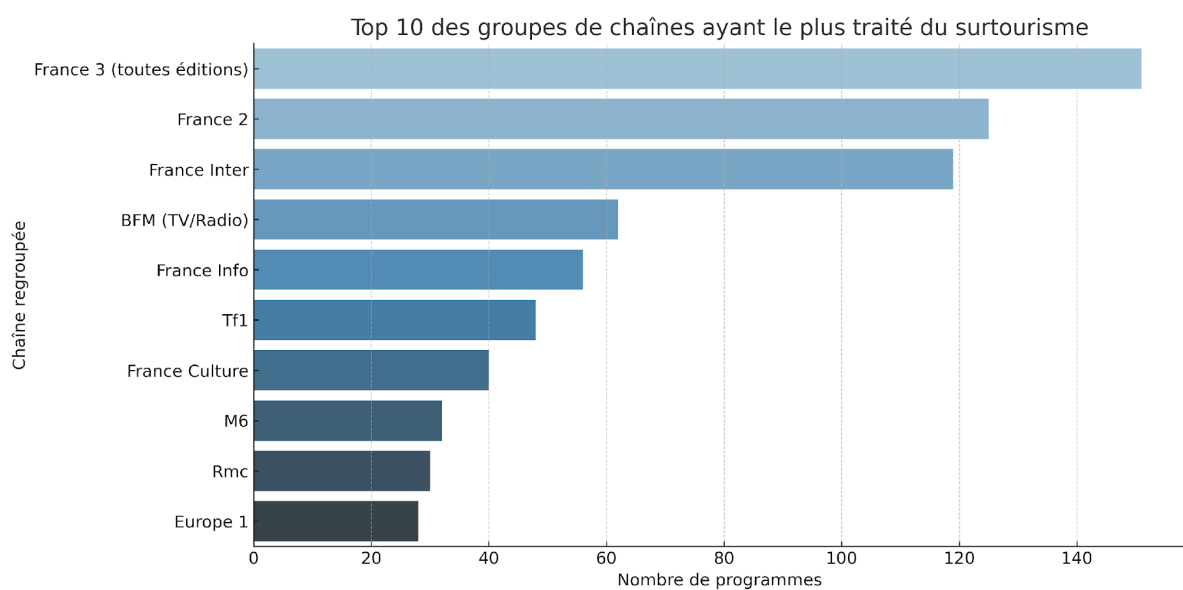
L'analyse des contenus diffusés à la télévision et à la radio permet de dégager deux grands cadrages récurrents dans la couverture médiatique du surtourisme : (1) un premier cadrage saisonnier et territorial centré sur la saturation des lieux ; (2) un second cadrage sur les impacts structurels (logement et qualité de vie).

Un premier ensemble d'émissions traite le surtourisme comme périodique, étroitement lié aux dynamiques saisonnières. Ces contenus mettent en scène des situations de surfréquentation de sites (plages, littoral, espaces naturels, montagne), particulièrement durant les périodes estivales. Ce cadrage est souvent articulé avec des enjeux de flux, de capacité d'accueil et de rentabilité économique, dans une logique d'équilibre entre attractivité touristique et préservation de la nature et du patrimoine

La dimension environnementale du tourisme émerge à travers l'opposition fréquemment faite entre le « surtourisme », perçu comme destructeur des écosystèmes et des cadres de vie locaux, et des formes de tourisme dites « responsables », « durables » ou encore « verts ». Cette dichotomie traduit une prise de conscience croissante des impacts du tourisme sur

l'environnement et la nécessité de repenser les pratiques touristiques à l'aune des enjeux écologiques contemporains (dérèglement climatique, catastrophes naturelles, etc.). Dans cette perspective, Salim, Girault et Nesur (2023) soulignent que les projets touristiques intègrent désormais des logiques de réhabilitation écologique et de médiation environnementale adaptées aux vulnérabilités des territoires concernés

Figure 3 :



Ce traitement est largement porté par les chaînes régionales de France 3 (Bretagne, Alsace, Picardie, etc.), qui abordent le surtourisme à travers des ancrages territoriaux (Figure 3). Il s'agit alors de décrire comment certaines localités sont affectées par un afflux de visiteurs,

dans une logique de témoignage territorial, mais sans toujours entrer dans une analyse structurelle du modèle/secteur touristique.

Dans cette optique, les journalistes mettent en lumière les mesures prises par les autorités locales ou régionales pour limiter les conséquences néfastes du surtourisme. Parmi celles-ci, les quotas de fréquentation apparaissent comme un levier central de régulation, souvent associés à des territoires emblématiques comme Venise ou Giverny. Ces exemples de gouvernance « glocale » (Swyngedouw & Kaika, 2005) sont régulièrement mobilisés pour illustrer la manière dont des dynamiques locales tentent de répondre à des enjeux globalisés. Néanmoins, ces initiatives sont le plus souvent exposées dans les médias selon une approche essentiellement descriptive, tandis que leurs effets concrets, leurs limites ou leur portée réelle font rarement l'objet d'une évaluation critique ou d'une analyse approfondie.

Ce constat rejoint les conclusions de Dilshan et Nakabasami (2025), qui soulignent le manque de données empiriques sur l'efficacité réelle des dispositifs adoptés. En analysant 57 articles scientifiques publiés entre 2017 et 2023, les auteurs insistent sur la nécessité de prendre en compte les spécificités locales dans toute stratégie de gestion du « surtourisme », tant les situations sont hétérogènes d'un territoire à l'autre. Leur travail constitue ainsi une ressource pour penser les politiques publiques fondées sur des éléments probants.

Un second groupe d'émissions adopte un cadrage plus cardinal, en se concentrant sur les conséquences du surtourisme sur les territoires et sur la qualité de vie des habitants. Toutefois, ce cadrage reste souvent impersonnel, car les voix des personnes concernées (résidents, collectifs, touristes eux-mêmes) sont très peu présentes dans les productions. Sur les 865 programmes analysés, aucun nom fréquemment cité ne correspond à un habitant identifié, à un représentant de collectif local ou à un touriste ordinaire. L'analyse lexicale des titres et descriptions renforce cette impression d'abstraction (tableau 1) : le mot « ville » est le plus fréquent et désigne l'espace urbain en tant que cadre, et non les personnes qui y vivent.

Tableau 1 :

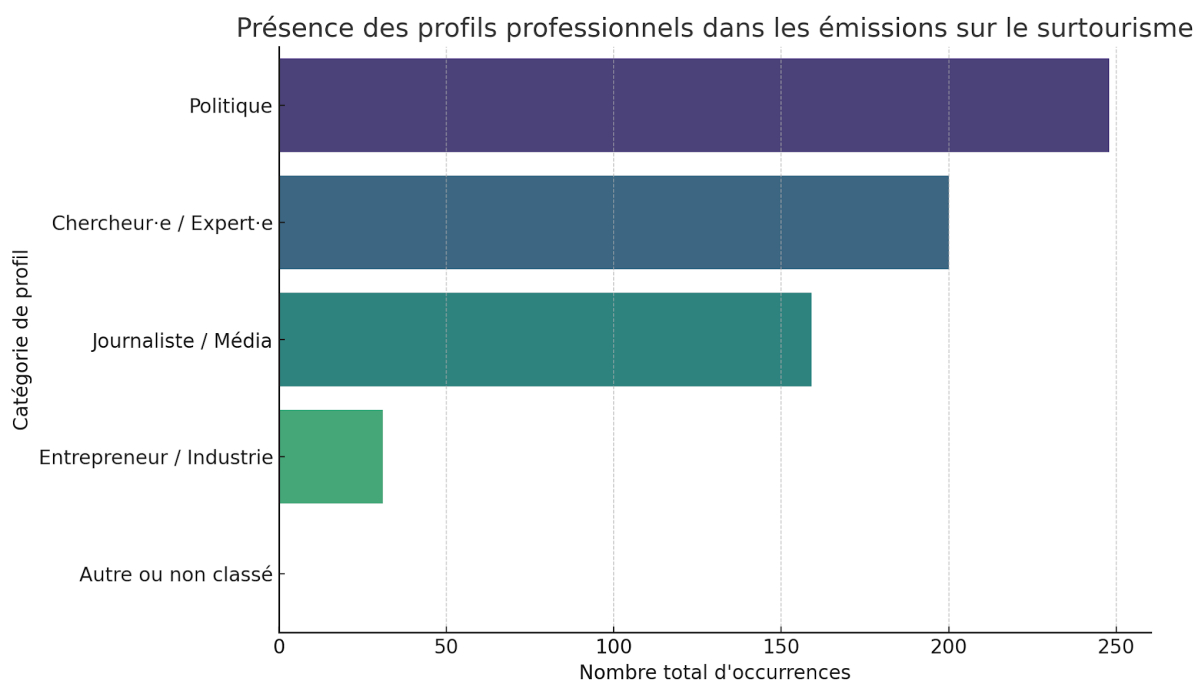
Terme	Occurrences
Ville	208
Résident	168
Habitant	163
Local	61
Population	43

En outre, la figure 4 démontre que les profils les plus mentionnés relèvent des sphères politiques (élus, ministres) et expertes (chercheurs, journalistes). Les acteurs économiques directement impliqués (hôtellerie, plateformes, syndicats professionnels) sont moins audibles dans le corpus étudié, ce qui contraste avec leur rôle structurant dans le modèle touristique. Les prises de parole des individus ordinaires (habitants, touristes) sont quasi absentes.

Cette répartition souligne une forte politisation du discours médiatique sur le « surtourisme » : les personnalités politiques constituent la catégorie d'acteurs la plus fréquemment mobilisée (248 occurrences). Elles sont souvent sollicitées pour commenter ou incarner les positions officielles sur les politiques touristiques, même lorsqu'elles n'emploient pas directement le terme de « surtourisme ». Parmi les figures politiques citées, David Cormand, député européen écologiste, se distingue par une prise de position claire sur les effets systémiques du tourisme de masse. Dans ces prises de parole, il dénonce le coût écologique du tourisme intensif, soulignant sa contradiction avec les engagements climatiques européens. Il plaide ainsi pour une régulation des flux, une relocalisation des pratiques touristiques et un soutien au tourisme durable. Son intervention illustre une critique des politiques de promotion centrées uniquement sur la croissance économique, appelant à un changement d'approche. En contraste, Emmanuel Macron évoque régulièrement (dans 93 programmes) le tourisme comme un levier de puissance économique, valorisant la place de la

France comme première destination mondiale. Il s'inscrit dans une rhétorique orientée vers l'attractivité, l'investissement et l'accueil de grands événements, comme les Jeux olympiques de Paris 2024, sans traiter frontalement des effets sociaux ou écologiques du modèle touristique. Cette posture révèle un angle politique plutôt qu'une reconnaissance des tensions territoriales liées à l'activité touristique.

Figure 4 :



À côté des responsables politiques, les chercheurs et experts occupent une place significative (200 occurrences), témoignant d'un effort médiatique pour contextualiser et

problématiser le « surtourisme ». C'est notamment le cas de Maria Gravari-Barbas (enseignante-chercheuse de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne), dont les interventions à l'antenne de France Culture apportent une lecture critique en insistant sur le développement d'une véritable « tourismophobie » dans certaines métropoles saturées (Barcelone, Venise, etc.), et analysent également les transformations des usages urbains. La chercheuse appelle à la mise en œuvre de formes alternatives de tourisme plus respectueuses des équilibres sociaux et environnementaux. Son discours insiste sur la co-construction des politiques publiques avec les habitants, et sur la nécessité d'un changement de paradigme : sortir d'une logique de consommation illimitée des lieux.

Ce recours privilégié à la parole experte au détriment de celle des personnes directement concernées ne constitue pas une spécificité du traitement médiatique du « surtourisme ». Il s'inscrit dans une tendance plus large, également observable dans des domaines éloignés tels que les violences sexistes et sexuelles. L'analyse de la couverture médiatique des violences conjugales et familiales durant le confinement montre, par exemple, que les médias accordent une place prépondérante aux discours des responsables politiques, des forces de l'ordre ou des magistrats, reléguant au second plan la parole des victimes, des associations ou des témoins (da Silva et Méadel, 2023).

Les journalistes et analystes complètent ce paysage discursif (159 occurrences). Ils occupent une position d'interprètes médiatiques, souvent mobilisés pour commenter l'actualité économique ou décrypter les effets visibles du « surtourisme », notamment sur le marché immobilier, la gentrification, ou les inégalités d'accès à l'espace urbain. Parmi eux, David Delos intervient dans des chroniques diffusées sur BFM Business. Ses prises de parole s'inscrivent dans une temporalité de réaction conjoncturelle, en lien avec des pics saisonniers ou des polémiques locales.

En outre, même dans les formats de type reportage ou magazine, les habitants sont vus, décrits, mais rarement entendus ou interviewés nommément, avec un statut de source active,

c'est-à-dire non caractérisés de manière anonyme (micro-trottoir, témoin, etc.). Cette constatation met en évidence un cadre de décision hiérarchique, dominé par des perspectives d'experts et de dirigeants, au détriment des expériences vécues. Les voix ordinaires, qu'il s'agisse des résidents des zones touristiques, des travailleurs du secteur ou des visiteurs, sont anonymisées ou représentées par des expressions comme : foule, touristes étrangers, vacanciers bruyants.

Les termes « foule », « masse » ou encore « invasion » traduisent les cadrages médiatiques qui expriment la perception d'un déséquilibre entre les touristes et les populations locales. Jean Pinard défend l'idée selon laquelle le « surtourisme » peut être interprété comme une forme de mépris de classe¹². Il pointe la stigmatisation des voyageurs issus de milieux populaires, souvent contraints de fréquenter des sites touristiques déjà saturés. Le concept de surtourisme participe ainsi à une distinction implicite entre le « voyage », envisagé comme une quête personnelle d'aventure et de découverte, et le « tourisme », perçu comme une pratique standardisée, relevant d'une logique de consommation de masse.

Airbnb, symptôme et preuve

L'analyse du corpus médiatique révèle une constellation lexicale associée à Airbnb : régulation, interdiction, loyers, locations courtes, mais aussi des villes comme Barcelone, New York ou Paris. Ces occurrences traduisent une approche focalisée sur les dimensions politiques, économiques et urbaines du surtourisme. Airbnb est discuté comme un facteur structurant du marché locatif urbain, notamment dans les discours sur les politiques de régulation mises en œuvre dans les villes soumises à une pression touristique croissante (Richon, 2024 ; Grondeau & Dourthe, 2023).

¹² « La notion de surtourisme relève du mépris de classe ». *Le Monde*. Publié le 3 septembre 2024. https://www.lemonde.fr/idees/article/2024/09/03/jean-pinard-consultant-la-notion-de-surtourisme-releve-du-mepri-de-classe_6302627_3232.html

L'un des discours fondateurs de la plateforme est celui de la « démocratisation » de l'hébergement : permettre à tous de devenir des hôtes et à chaque quartier de devenir une destination. Ce principe d'horizontalité, renforcé par la nature pair à pair du modèle, engendre une diffusion spatiale du tourisme, contournant les circuits conventionnels (agences, hôtels) au profit d'une capillarité touristique touchant des espaces jusque-là peu concernés (Oppenchaim *et al.*, 2022 ; Nyns & Schmitz, 2024). Cette promesse s'inscrit cependant dans une double dynamique, simultanément inclusive et exclusive. D'une part, Airbnb favorise un accès élargi au voyage, valorise les expériences localisées et contribue à la diversification des territoires touristiques (Artioli, 2020; Gandia, 2022). D'autre part, cette même logique d'extension horizontale engendre des effets de saturation, d'éviction et de gentrification. Le retrait de logements du marché locatif traditionnel, la hausse des prix de l'immobilier et l'intensification des conflits de voisinage sont désormais documentés (Piganiol, 2021 ; Zervas *et al.*, 2017).

Airbnb singularise la question du « surtourisme » en simplifiant la complexité d'un secteur éclaté qui est à l'intersection des sphères économiques, culturelles et sociales. La diversité des causes du surtourisme et la multiplicité des acteurs publics et privés impliqués sont souvent réduites à la responsabilité de la plateforme de location saisonnière en ligne. Parler d'Airbnb pour évoquer le « surtourisme » revient ainsi à désigner un « coupable », et à attendre en retour une réponse des pouvoirs publics, que ce soit sous la forme d'une régulation de la plateforme, d'un encadrement de ses activités et d'une fiscalisation.

Airbnb cristallise ainsi deux dynamiques en tension. D'un côté, elle est perçue comme un outil de redistribution des flux touristiques, capable de soulager les centres saturés en attirant les visiteurs vers des quartiers résidentiels périphériques. De l'autre, elle participe à une croissance globale de la fréquentation touristique, rendant visibles de nouveaux espaces tout en y faisant apparaître les problématiques du tourisme de masse. Cette démocratisation quantitative de l'activité touristique se traduit par une extension géographique du

surtourisme, qui en multiplie les points de friction. À Paris, par exemple, moins de 1 % des locations proposées sur la plateforme ont fait l'objet d'une régularisation légale (Richon, 2024), illustrant la difficulté des pouvoirs publics à encadrer une activité fondée sur des pratiques individuelles souvent situées à la frontière de la légalité.

La plateforme opère ainsi une redéfinition de la géographie urbaine du tourisme. En rendant visible et monétisable tout le tissu résidentiel, elle transforme la ville en une mosaïque d'opportunités économiques, au détriment parfois des équilibres sociaux préexistants. Cette logique correspond à une dynamique plus large de « plateforme de la rente » (Oppenchain *et al.*, 2022), dans laquelle le logement devient un actif à rentabiliser plutôt qu'un usage d'habitation. Loin de résoudre la question du surtourisme, l'horizontalité promue par Airbnb la déplace et la reconfigure. Elle substitue à la concentration touristique classique une forme de diffusion conflictuelle, qui impose aux politiques publiques de nouvelles formes de régulation, souvent en tension entre impératifs économiques, justice sociale et droit à la ville.

Nous pourrions faire l'hypothèse que, pour les médias, Airbnb occupe désormais une position clé dans l'émergence du « surtourisme » en tant que « problème public » (Cefai, 1996; Neveu, 2015), au sens où ses effets, initialement perçus comme relevant de dynamiques individuelles ou économiques privées, sont progressivement devenus des enjeux collectifs débattus dans l'espace public. Les externalités négatives associées à la plateforme, tensions sur le logement, conflits de voisinage, gentrification, pressions touristiques, ont été portées à l'agenda politique et médiatique, mobilisant élus locaux, collectifs citoyens et administrations, et transformant une innovation en apparence neutre en objet de controverse et de régulation.

Conclusion et discussion

L'analyse proposée dans cet article visait moins à documenter le surtourisme qu'à comprendre comment celui-ci s'est progressivement constitué comme une catégorie d'analyse journalistique à travers ses médiatisations et les formes de mobilisation qu'il

suscite. En adoptant une approche transversale, articulant l'analyse d'un corpus d'émissions de télévision et de radio, ce travail met en lumière la pluralité des registres à travers lesquels le « surtourisme » est aujourd'hui pensé et débattu. À ce titre, l'analyse propose un point d'entrée essentiel pour comprendre comment certaines manières de nommer, de montrer et de problématiser le tourisme, activité qui est devenue un enjeu politique transnational.

L'un des premiers résultats tient à la forte accélération médiatique du terme « surtourisme » à partir de 2023, dans un contexte de reprise post-pandémique des mobilités internationales. Cette médiatisation tardive mais intense confirme que le « surtourisme » ne renvoie pas uniquement à une réalité objective de surfréquentation. Il apparaît surtout comme un révélateur des contradictions contemporaines du tourisme : entre attractivité économique et soutenabilité environnementale, entre droit au voyage et droit à la ville, entre valorisation patrimoniale et préservation des usages ordinaires.

L'étude du traitement médiatique met en évidence deux cadrages dominants qui tendent toutefois à dépersonnaliser les expériences vécues. Les habitants, les travailleurs du tourisme et les touristes eux-mêmes restent largement absents en tant que sujets parlants, au profit de figures expertes, politiques ou institutionnelles. Cette configuration discursive contribue à produire une lecture désincarnée du « surtourisme », pensée à l'échelle des flux, des masses et des indicateurs, plus qu'à celle des rapports sociaux et des inégalités. En ce sens, le « surtourisme » est médiatiquement construit comme un problème de gestion, davantage que comme un conflit social.

L'attention récurrente portée à Airbnb illustre particulièrement ce mécanisme de simplification. La plateforme fonctionne comme un symbole, permettant de rendre visibles des tensions structurelles (logement, gentrification, financiarisation de l'habitat) tout en réduisant la complexité de la chaîne touristique à un seul acteur. Airbnb devient ainsi à la fois symptôme et preuve, occupant une place centrale dans la mise en récit médiatique du « surtourisme ». Ce déplacement du regard vers la plateforme ne permet pas de voir tout à

fait le rôle d'autres infrastructures numériques et logistiques qui participent également à l'intensification des mobilités touristiques. Par contraste, les autres plateformes numériques, qu'il s'agisse des réseaux sociaux (Fischbacher & Richards, 2026), de la mobilité, de la réservation aérienne, de la restauration ou de la cartographie, sont absentes du traitement médiatique sur le sujet.

Références

Aïdi, N. (2022). La fabrique de la smart destination par une approche conceptuelle et urbaine. *Études caribéennes*, 51, Article 51. <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.23683>

Aïdi, N. (2024a). De la donnée à l'intelligence organisationnelle : la smart destination à l'épreuve de la résilience. *I2D - Information, données & documents*, 242(2), 96–118. <https://doi.org/10.3917/i2d.242.0096>

Aïdi, N. (2024b). *Vers un dispositif d'intelligence territoriale pour élucider la signification de la smart destination dans des territoires touristiques en mutation* [Thèse de doctorat, Université Gustave Eiffel]. <https://theses.fr/2024UEFL2008>

Babou, I., & Callot, P. (2013). L'avenir du tourisme à l'heure de la raréfaction du pétrole. *Revue internationale et stratégique*, 90(2), 87–95. <https://doi.org/10.3917/ris.090.0087>

Ballester, P. (2018). Barcelone face au tourisme de masse : « tourismophobie » et vivre ensemble. *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 37(2), Article 2. <https://journals.openedition.org/teoros/3367>

Bastin, G. (2018). *Petit lexique du journalisme*. Presses universitaires de Grenoble.

Bouchet, P., Graillot, L., Lebrun, A.-M. (2023). Adaptations et innovations stratégiques dans le marché touristique face aux mutations sociétales et aux crises mondiales depuis le début du

XXIe siècle. Dans *Mutations sociétales et organisations* (pp. 26–43). EMS Éditions.
<https://doi.org/10.3917/ems.renau.2023.01.0026>

Caron-Malenfant, J. (2004). Risque politique et traitement médiatique : vers de nouvelles pratiques en tourisme ? *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 23(1).

Cauvin Verner, C. (2009). Du tourisme culturel au tourisme sexuel. Les logiques du désir d'enchantement. *Cahiers d'études africaines*, 49(193–194).
<https://doi.org/10.4000/etudesaficaines.18663>

Cefaï, D. (1996). La construction des problèmes publics. Définitions de situations dans des arènes publiques. *Réseaux*, 75(1), 43–66.

Chen, M.-H. (2012). Sexualité et ethnicité dans le tourisme sexuel : les consommateurs taiwanais de sexe à Dongguan. Dans *Chinoises au XXIe siècle* (pp. 195–213). La Découverte.
<https://doi.org/10.3917/dec.angel.2012.01.0195>

Cousin, S., Jacquot, S., Pignot, L. (2023). Le voyage sous influence. *L'Observatoire*, 61(2), 9–16.
<https://doi.org/10.3917/lobs.061.0009>

Da Silva, J., & Méadel, C. (2023). De la médiatisation confinée des violences familiales. *Communication. Information, médias, théories, pratiques*, 40(2).
<https://doi.org/10.4000/communication.18251>

Delaplace, M. (2021). Après la crise, un tourisme durable ? *L'Économie politique*, 91(3), 8–22.

Dilshan, N. W. T., & Nakabasami, C. (2025). Overtourism: A systematic review of global issues and management strategies. *International Journal of Tourism Policy*, 15(1), 50–66.
<https://doi.org/10.1504/IJTP.2025.144178>

Dobruszkes, F., Schepens, V., & Decroly, J.-M. (2006). Éléments pour une géographie de l'offre charter européenne face à la concurrence des compagnies *low cost*.

<https://doi.org/10.3406/edyte.2006.967>

Duhamel, P. (2023). Le 'surtourisme' ou la rupture d'un contrat habitants/touristes : le cas des lieux touristiques en Europe. *L'Information géographique*, 87(2), 100–122.

<https://doi.org/10.3917/liq.872.0100>

Eddahani, F. M. M. (2022). E-tourisme : nouvelles stratégies via les réseaux sociaux et enjeux réputationnels. *Revue Filigranes*, 1(1), Article 1.

<https://doi.org/10.34874/PRSM.filigranes-vol1iss1.638>

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

Fatanti, M. N., & Suyadnya, I. W. (2015). Beyond user gaze: How Instagram creates tourism destination brand? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 1089–1095.

<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.145>

Filloz, V. (2012). *La médiation touristique* [Thèse de doctorat, Université Lumière Lyon 2].

<https://theses.fr/2012LYO20063>

Fischbacher, P., & Richards, G. (2026). From TikTok feeds to food queues: social-media-induced food tourism and tourist behaviour in Amsterdam. *International Journal of Tourism Cities*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/20565607.2026.2689738>

Frenzel, F., Koens, K., & Steinbrink, M. (Éds.). (2012). *Slum tourism*. Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9780203136751>

Gandia, R. (2023). Standardiser la créativité au sein d'une communauté touristique : le cas de la plateforme numérique Airbnb. *Marché et Organisations*, 47(2), 99–123.

<https://doi.org/10.3917/maorg.047.0099>

Goodwin, H. (2017). *The challenge of overtourism*. Responsible Tourism Partnership.

Grondeau, A., & Dourthe, G. (2024). Ubérisation et altermétropolisation : trajectoires comparées d'Airbnb à Marseille, Lisbonne et Barcelone. *Bulletin de l'Association de géographes français*, 101(1). <https://doi.org/10.4000/12ddk>

Matelly, S. (2013). Le tourisme, un objet géopolitique. *Revue internationale et stratégique*, 90(2), 57–69. <https://doi.org/10.3917/ris.090.0057>

Neveu, É. (2015). *Sociologie politique des problèmes publics* (2e éd.). Armand Colin.

Nguyen, T. A., Nguyen, K. P., Tran, B. C. (2008). Integrated coastal zone management in Vietnam: Pattern and perspectives. *Journal of Water Resources and Environmental Engineering*, 23, 297–312.

Nyns, S., & Schmitz, S. (2024). Focus on the impacts of Airbnb-style accommodation in rural Wallonia: An invisible form of tourist accommodation? *Géographie, Économie, Société*, 26(4), 545–575. <https://doi.org/10.1684/ges.2024.26>

Oppenchaim, N., Lefeuvre, M.-P., Devaux, J. (2022). L'hébergement Airbnb hors des grandes métropoles : une activité plus ou moins rationalisée entre visée rentière et occupation. *Réseaux*, 236(6), 253–284. <https://doi.org/10.3917/res.236.0253>

Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., Eijgelaar, E., Hartman, S., Heslinga, J., Isaac, R., Mitas, O., Moretti, S., Nawijn, J., Papp, B., & Postma, A. (2018). *Research*

for TRAN Committee – Overtourism: Impact and possible policy responses. European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies.

Perkumienė, D., & Pranskūnienė, R. (2019). Overtourism: Between the right to travel and residents' rights. *Sustainability*, 11(7), Article 2138. <https://doi.org/10.3390/su11072138>

Piganiol, V. (2021). Airbnb ou la géopolitique (mondialisée) d'un hébergement touristique contesté : de la disruption magnifiée aux conflictualités généralisées. *Via Tourism Review*. <https://doi.org/10.4000/viatourism.6948>

Raffour, G. (2021). Les enjeux du tourisme en ligne. *Cahiers français*, 423, 74–83. <https://doi.org/10.3917/cafr.423.0074>

Réau, B., & Cousin, S. (2009). *Sociologie du tourisme*. La Découverte. <https://doi.org/10.3917/dec.cousi.2009.01>

Richards, G., & Mediotte, E. J. (2021). COVID-19 pandemic and creativity: Reflections and lessons for tourist cities. *Brazilian Creative Industries Journal*. <https://doi.org/10.2512/bcij.v2i2.3095>

Roux, S. (2011). Introduction. Enquêter sur le « tourisme sexuel ». Dans S. Roux (dir.), *Le tourisme sexuel* (7–25). Presses de Sciences Po.

Richon, J. (2024). Les loueurs Airbnb parisiens face à la loi : stratégies d'adaptation et contournements. *Espaces et sociétés*, 191(1), 11–29. <https://doi.org/10.3917/esp.191.0011>

Salim, E., et al. (2024). Reflexive mountain tourism in the Anthropocene era: Discussion on the Montanvers rehabilitation project, Chamonix. *Mondes du tourisme*. <https://doi.org/10.4000/11yp4>

Staszak, J.-F. (2012). L'imaginaire géographique du tourisme sexuel. *L'Information géographique*, 76(2), 16–39. <https://doi.org/10.3917/liq.762.0016>

Swyngedouw, E., & Kaika, M. (2005). La production de modernités urbaines 'glocales' : explorant les failles dans le miroir. *Géographie, Économie, Société*, 7(2), 155–176. <https://doi.org/10.3166/ges.7.155-176>

Thomas, F. (2024). Perspectives pratiques sur la durabilité dans l'industrie du tourisme : proposition d'un cadre procédural d'évaluation de la durabilité des expériences touristiques. *Mondes en développement*, 206(2), 61–86. <https://doi.org/10.3917/med.206.0061>

Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.

Turner, L., & Ash, J. (1975). *The golden hordes: International tourism and the pleasure periphery*. Constable.

Violier, P. (2021). La pandémie du Covid, une parenthèse dans la mondialisation touristique. *L'Économie politique*, 91(3), 23–35.

Violier, P. (2023). L'écoumène touristique entre permanences et discontinuités. *L'Information géographique*, 87(2), 26–45. <https://doi.org/10.3917/liq.872.0026>

Vlès, V. (2020). Tourisme. Dans R. Pasquier, S. Guigner, & A. Cole (dir.), *Dictionnaire des politiques territoriales* (2e éd., 537–543). Presses de Sciences Po.

Zervas, G., Proserpio, D., Byers, J. W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687–705. <https://doi.org/10.1509/jmr.15.0204>