

Les consultations citoyennes en France : un outil de coopération entre acteurs publics et privés du surtourisme

Thomas Aznar, Laura Arrosères, Léa Krouri et Amy Tirera
Université Paris-Panthéon-Assas (IFP), 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 les consultations citoyennes comme outil de médiation dans la gestion du surtourisme, à partir de la consultation nationale « Comment agir pour un tourisme plus responsable en France ? » (2021). Il montre que ces dispositifs favorisent l'émergence d'un consensus autour de la régulation des flux, des mobilités durables et de la préservation des territoires, mais que leur impact sur les pratiques reste limité. L'étude souligne les ambiguïtés du « tourisme responsable » et le risque de « *consultation washing* », lorsque la participation sert davantage à légitimer des orientations existantes qu'à produire des changements structurels. Elle conclut que ces consultations ne peuvent contribuer à une régulation durable du surtourisme sans mécanismes d'évaluation, de transparence et de mise en œuvre effective.

Este artigo analisa as consultas cidadãs como instrumento de mediação na gestão do sobreturismo, a partir da consulta nacional « Como agir por um turismo mais responsável em França ? » (2021). Mostra que estes dispositivos favorecem a emergência de consensos em torno da regulação dos fluxos turísticos, das mobilidades sustentáveis e da preservação dos territórios, mas que o seu impacto efetivo sobre as práticas permanece limitado. O estudo destaca as ambiguidades da noção de « turismo responsável » e o risco de *consultation washing*, quando a participação cidadã serve mais para legitimar orientações preexistentes do que para promover mudanças estruturais. Conclui que estas consultas só podem contribuir para uma regulação duradoura do sobreturismo se forem acompanhadas por mecanismos de avaliação, transparência e implementação efetiva.

This article examines citizen consultations as a mediation tool in the governance of overtourism, drawing on the national consultation “How can we promote more responsible tourism in France?” (2021). It shows that such participatory initiatives help build consensus around issues such as visitor-flow regulation, sustainable mobility, and territorial preservation, but their actual impact on practices remains limited. The study highlights the ambiguities surrounding the notion of “responsible tourism” and the risk of *consultation washing*, whereby public participation serves more to legitimize pre-existing policy orientations than to foster structural change. It concludes that citizen consultations can contribute to the sustainable regulation of overtourism only if they are accompanied by mechanisms for evaluation, transparency, and effective implementation.

Introduction

Dans la perspective du développement durable des territoires touristiques, les interactions multiples entre acteurs privés et publics, sont apparues comme une question de plus en plus ardue et complexe à aborder « globalement ». Le surtourisme, phénomène de concentration excessive des visiteurs dans certaines zones géographiques, entraîne des réaménagements de l'environnement, de l'économie locale, et de la qualité de vie des habitants, tout en affectant l'expérience des touristes eux-mêmes. Le tourisme est devenu un enjeu mondial, notamment dans les destinations touristiques prisées, où l'afflux massif de visiteurs crée des tensions entre les impératifs économiques du secteur touristique et les nécessités de préservation des ressources naturelles et culturelles. Babou et Callot (2013) insistent sur l'explosion du nombre de touristes internationaux, dont la croissance rapide a engendré une pression accrue sur les destinations populaires. Face à ces constats unanimes, la coopération entre les acteurs publics (collectivités territoriales, ministères, agences publiques, etc.) et les acteurs privés (entreprises, fédérations professionnelles, industrie du tourisme durable, etc.) devient centrale pour élaborer des stratégies de régulation et de gestion du secteur. Parmi les dispositifs de régulation, les consultations citoyennes ont pris une place en tant que mécanisme de médiation entre les parties prenantes, en offrant un espace de dialogue. Cet article s'intéresse à leur place dans la gestion du tourisme, et plus particulièrement à l'une d'elles : la consultation sous forme de question ouverte « Comment agir pour un tourisme plus responsable en France?¹ », lancée en 2021 par des acteurs touristiques français et certaines de leurs fédérations professionnelles.

L'objectif est de comprendre le rôle des consultations citoyennes en tant que médiateurs entre les acteurs publics et privés dans la co-construction de politiques publiques adaptées au phénomène du surtourisme, à travers la notion ambivalente de « tourisme responsable ». La gestion des flux touristiques, la préservation des sites sensibles et la recherche de nouveaux

¹Make.org • Comment agir pour un tourisme plus responsable en France ? (s. d.).
<https://archive.make.org/tourisme-responsable-resultats>

modèles de développement économique alternatifs sont devenues des priorités politiques. Dans ce contexte, le « tourisme responsable » émerge comme un concept flou, visant à concilier développement touristique et respect des territoires, de l'environnement et des populations locales. Aussi, le concept de « tourisme réflexif » (Knafou 2023) semble-t-il plus pertinent pour souligner la nécessité de réfléchir collectivement à la gestion des flux touristiques et à l'intégration des citoyens dans le processus décisionnel.

La consultation citoyenne de 2021 sur la question d'un tourisme plus responsable a été lancée en janvier. Celle-ci regroupait des acteurs publics, tels que le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères (ou encore des entités comme Atout France), mais également des acteurs privés, tels que les fédérations touristiques (ADN Tourisme, FNHPA) et des acteurs du tourisme durable (Teragir, la banque des territoires). Sa finalité était de collecter les avis des citoyens sur la gestion durable du tourisme et de favoriser une prise de conscience collective autour du surtourisme. À travers cette démarche, les acteurs du tourisme français ont cherché à impliquer les citoyens : 49 432 participants ont pris part à l'opération, formulant 1 830 propositions, dont 334 429 votes ont été recueillis, représentant 70 % des votes possibles sur l'ensemble des propositions soumises. Les résultats ont révélé un consensus sur la nécessité de repenser les pratiques touristiques en France, de réguler l'afflux de visiteurs et de favoriser un modèle touristique plus respectueux des enjeux environnementaux et sociaux. Matelly (2013), dans son analyse géopolitique du tourisme, montre combien de tensions existent entre le développement économique du secteur touristique et la nécessité de préserver les ressources naturelles, ces dernières étant souvent mises à mal par une fréquentation excessive. Cette consultation visait également à renforcer la collaboration entre les secteurs privé et public dans la gestion des sites touristiques et dans la mise en œuvre de solutions face au surtourisme.

À la lumière de cette consultation inédite en France, un éclairage sur certains points semble nécessaire. Comment les acteurs publics et marchands font-ils appel aux consultations citoyennes pour concevoir des politiques publiques ? L'implication des citoyens dans l'élaboration de « solutions » est-elle une démarche purement consultative ou un levier réel de

transformation des politiques de gestion touristique ? La réponse à ces interrogations s'effectuera en trois temps ; premièrement, à travers l'analyse des différents acteurs impliqués dans la gestion du tourisme et des tensions entre secteur public et privé : deuxièmement, par celle des modalités de la consultation, des propositions issues des citoyens et des résultats obtenus : enfin, l'étude de la prise en compte (ou non) des recommandations citoyennes pour les décisions et actions des autorités publiques, en estimant les changements observés dans les pratiques de gestion du tourisme.

Méthodologie

La méthodologie de l'enquête repose sur une approche mixte qui combine à la fois l'analyse des résultats de la consultation citoyenne de 2021 et une comparaison avec d'autres démarches participatives dans le domaine du tourisme durable et plus largement du surtourisme en France.

Une recherche exploratoire a été menée sur les consultations citoyennes françaises existantes qui s'inscrivent dans la thématique du tourisme responsable et de la gestion du surtourisme. Ce premier travail de recherche a permis d'identifier quelques consultations centrées sur ces questions, bien que leur nombre en France, reste relativement limité. Par exemple, en sus de la consultation citoyenne de 2021 sur le tourisme « responsable », quelques initiatives ont été étudiées, telles que l'application « Mes Calanques » pour la régulation de la fréquentation des calanques de Marseille, ou « l'Agora du tourisme » à Bordeaux. Toutefois, ces démarches ne proposaient pas l'accès à autant d'informations publiques sur les dispositifs numériques et surtout de retours sur les actions entreprises après la consultation.

Cette recherche collective a occasionné une répartition concertée des tâches au sein de l'équipe. Chaque membre a pris en charge l'exploration de consultations citoyennes et d'initiatives similaires sur le territoire français, en mettant l'accent sur les aspects méthodologiques et les retours d'expérience de ces démarches. Dans un premier temps, l'équipe a identifié puis sélectionné les consultations qui semblaient les plus pertinentes sur le

surtourisme, et, après leur comparaison, le choix s'est fixé sur la consultation citoyenne de 2021, car celle-ci disposait de plus d'informations directement consultables, en offrant ainsi une vision plus large du problème, qui allait bien au-delà de simples recommandations.

De multiples organismes impliqués dans l'organisation de cette consultation ont été contactés. Les échanges ont eu lieu par courrier électronique et dans lesquels des questions spécifiques ont été posées sur la gestion de la consultation, le traitement des données, et la mise en œuvre des mesures proposées. La recherche a porté également sur la manière dont ces organismes ont impliqué les différents acteurs privés et publics dans la consultation et sur le rôle que ces derniers ont joué dans la phase de mise en œuvre des solutions proposées. Enfin, l'analyse des actions entreprises après la consultation (par exemple, la publication d'un « Manifeste pour un tourisme responsable ») a permis de dresser un panorama de la manière par laquelle celle-ci aurait transformé la gestion du surtourisme. En somme, cette méthodologie relie théorie et pratique en s'appuyant sur cette démarche participative tangible, en croisant les retours des citoyens, les analyses des experts, et les réactions des acteurs publics et privés.

Une coopération « public, privé » :

l'impossible pari de la recherche d'un équilibre vers un tourisme soutenable

Les acteurs publics jouent un rôle central dans la régulation et la planification du tourisme. Ces dernières ont pour mission de concilier développement économique, préservation de l'environnement et bien-être des populations locales, donc d'être à l'écoute des avis et opinions des citoyens concernés directement par la question du surtourisme, habitants de ces lieux surpeuplés, pollués et dégradés.

Une coopération concertée entre les secteurs public (principalement le ministère des Affaires étrangères avec Atout France et les collectivités territoriales) et privé (plateformes numériques de réservation telles que Booking.com ou Airbnb, agences de voyage, fédérations professionnelles telles qu'ADN Tourisme, ONG en cas de catastrophes « naturelles ») semble

essentielle pour maintenir les principes de la rentabilité économique du secteur touristique par l'exploitation des ressources patrimoniales ou paysagères des sites « naturels ». Ceux-ci considèrent qu'à travers eux se jouent les possibilités d'une entente conciliant attractivité financière, durabilité environnementale et acceptabilité sociale. La recherche d'un équilibre entre développement économique et préservation des ressources et des sites touristiques serait présentée comme un des objectifs principaux de cet irréductible paradoxe. Par exemple, celui du maintien de l'attractivité des destinations touristiques tout en réduisant la pollution ou la dégradation physique des sites. Cela passe par des stratégies de régulation des flux et par une diversification de l'offre touristique, ou parfois même par une sensibilisation à la valeur patrimoniale des sites visités. L'une des nouvelles visées politiques serait d'impliquer les citoyens dans leur préservation. Cela explique en grande partie cet usage de consultations citoyennes engageant les habitants et les acteurs locaux dans la prise de décision publique, à l'instar de celle présentée par ADN Tourisme. Cela favoriserait par ailleurs, l'acceptation des mesures souvent contraignantes mises en place, en prenant en compte l'avis et le consentement des citoyens directement concernés par les flux touristiques. Enfin, l'enjeu principal de cette collaboration reste le rapport à l'innovation et l'adaptation. Le « tourisme responsable » s'appuie en effet sur l'innovation, que ce soit à travers des outils numériques qui permettent de connaître et de réguler les flux de visiteurs, ou à travers le développement de nouvelles formes de voyage, comme l'écotourisme ou le *slow tourism*. Les partenariats avec des entreprises qui proposent des solutions durables peuvent s'apparenter à une forme d'innovation et d'adaptation, dans la manière d'intégrer de nouveaux acteurs dans l'industrie du tourisme. Sur ce point, Naïma Aïdi (2024) s'attache à interroger la notion de smart destination, dérivée de celle de *smart City*, qui désigne l'usage stratégique des technologies de l'information et de la communication pour le développement de territoires touristiques durables et innovants. Dans son doctorat en géographie, elle montre que les smart destinations tendent davantage à stimuler l'innovation technologique qu'à favoriser l'innovation sociale : la participation des habitants et des touristes dans les dispositifs reste bel et bien limitée.

Une consultation citoyenne aux fins limitées

Dans un contexte de prise de conscience croissante des enjeux du tourisme durable, Atout France², en collaboration avec plusieurs acteurs du secteur, a lancé en 2021 une consultation citoyenne visant à recueillir des propositions pour faire de la France un leader du tourisme responsable. L'initiative s'inscrit dans une volonté d'impliquer la société civile dans la définition des politiques publiques et de renforcer les interactions entre acteurs publics et privés.

Cette démarche participative trouve ses racines dans une double nécessité. Tout d'abord, répondre aux enjeux environnementaux et sociaux liés au surtourisme, notamment la dégradation des sites naturels et patrimoniaux, la pression sur les infrastructures locales et les tensions avec les habitants. Ensuite, accroître la légitimité des politiques publiques en intégrant les citoyens dans le processus de décision, tout en encourageant une appropriation collective des solutions proposées.

La consultation a été organisée via la plateforme *Make.org*, spécialisée dans l'intelligence collective. La plateforme a produit une participation massive et encadrée, avec la possibilité de proposer des idées en 140 caractères et de voter sur celles des autres participants, favorisant ainsi une forme d'intelligence collective, moins centralisée dans la manière dont les propositions sont hiérarchisées.

L'utilisation de *Make.org* a permis de structurer un processus interactif où les citoyens, qu'ils soient directement concernés par les problématiques du tourisme ou simples usagers, ont pu formaliser leurs attentes et visions sur le futur de l'activité touristique. En fabriquant un dialogue entre les différents acteurs, cette approche semble proposer un outil technologique de plus pour l'implication citoyenne dans l'élaboration des politiques publiques. Il convient de noter que ce dispositif ne permet pas d'accéder à l'identité ni au profil socio-économique des participants, adoptant une approche centrée uniquement sur le nombre total de participants, au détriment de la transparence du processus. La trace des activités et des discussions n'est accessible qu'à l'administrateur de la consultation.

² Atout France, URL : <https://www.atout-france.fr/>

Dans ce contexte, cette consultation citoyenne s'inscrit dans une réflexion globale amorcée par le Comité de filière tourisme³, réunissant les professionnels du secteur autour d'une stratégie nationale de tourisme responsable. Elle vise à offrir un cadre structurant pour orienter cette transition, en identifiant des actions prioritaires à mettre en œuvre afin d'accélérer l'adaptation du secteur à des exigences écologiques et sociales renforcées.

L'enjeu principal repose sur la conciliation entre le développement économique du tourisme, la préservation de l'environnement et l'acceptation des populations locales. En intégrant quelques citoyens (dont nous ne connaissons pas le profil social) dans ce processus décisionnel, la consultation vise à garantir une meilleure acceptabilité sociale des transformations nécessaires tout en consolidant la légitimité des politiques publiques mises en place.

À l'issue de la période de consultation, un processus de traitement algorithmique a permis de regrouper et d'analyser les propositions soumises. Ce travail d'agrégation a abouti à l'identification de 16 idées principales, organisées autour de 7 axes : parmi les thématiques les plus plébiscitées figuraient notamment :

- Le développement des mobilités douces et durables, pour réduire l'empreinte carbone des déplacements touristiques ;
- La limitation des flux touristiques dans les zones en surfréquentation, afin de mieux répartir les visiteurs et éviter la dégradation des sites patrimoniaux et naturels ;
- La promotion d'un tourisme local et hors saison, permettant de désengorger les lieux les plus fréquentés et d'étendre les bénéfices du tourisme à l'ensemble des territoires ;
- L'amélioration des pratiques écologiques dans l'hôtellerie et les transports, avec une incitation accrue à l'éco-labellisation et à l'adoption de normes environnementales strictes.

³ Lancement du comité de filière Tourisme,
<https://www.alliance-france-tourisme.fr/posts/lancement-du-comite-de-filiere-tourisme>

Les résultats issus de cette consultation ont été transmis aux pouvoirs publics ainsi qu'aux acteurs privés, avec l'ambition de nourrir les politiques touristiques françaises et d'accompagner une transition vers un modèle plus durable. Si ces orientations apparaissent pertinentes, elles ne constituent cependant pas une nouveauté. La plupart de ces enjeux — développement des mobilités douces, régulation des flux touristiques, protection de la biodiversité, ou encore sensibilisation des publics — sont déjà identifiés et régulièrement évoqués dans les discours institutionnels et les stratégies sectorielles depuis plusieurs années. Cela montre que, pour parvenir à des discussions concrètes à partir de notions larges et floues comme « durable » ou « responsable », les participants s'appuient sur des exemples promus par les institutions elles-mêmes. Cela laisse encore entendre que les participants à la consultation ne sont pas de « citoyens ordinaires », mais des personnes ayant une connaissance formellement ou informellement liée au sujet de la consultation.

Dès lors, la question qui se pose est celle de l'effectivité de ces propositions. Autrement dit, au-delà du consensus sur les constats et les intentions, cadrés par le dispositif lui-même (qui limite le nombre de caractères des propositions et ne montre pas le profil des participants), dans quelle mesure ces idées ont été suivies de résultats concrets ? Cette interrogation invite à porter un regard plus critique sur les limites de la consultation citoyenne, tant dans sa capacité à transformer les pratiques que dans son impact réel sur les politiques publiques.

Après leur consultation, l'entreprise ADN Tourisme a lancé un « manifeste pour un tourisme responsable », publié en septembre 2021 à l'occasion du premier Congrès de la Fédération à Agen. Ce manifeste cherche à accélérer la transition des territoires et des structures touristiques vers des pratiques plus durables et responsables. Pour y parvenir, il s'articule autour de dix engagements majeurs, accompagnés d'un plan d'action déployés sur 3 ans couvrant la période 2021-2023.

Les dix engagements sont les suivants⁴ :

- Voir le tourisme comme un moyen d'améliorer la qualité de vie ;
- Accompagner la transition écologique du tourisme localement ;
- Sensibiliser et former les acteurs du tourisme au développement durable ;
- Faire des organismes de tourisme des modèles en matière sociale et environnementale ;
- Élargir l'accueil touristique à une notion d'hospitalité incluant résidents et visiteurs ;
- Prendre en compte tous les publics, notamment en termes d'accessibilité ;
- Structurer un réseau d'experts en tourisme responsable ;
- Créer des offres touristiques favorisant la mobilité douce et l'écoresponsabilité ;
- Promouvoir la gastronomie locale et les circuits courts ;
- Repenser la manière de mesurer l'activité touristique.

L'objectif premier de ce manifeste était de sensibiliser leurs adhérents, techniciens et élus, à la problématique du tourisme durable. Après cette première étape de sensibilisation, l'organisation est passée du pourquoi au comment avec trois actions.

Tout d'abord, avec la valorisation de bonnes pratiques au sein de son réseau, notamment sur la gestion des flux et les mobilités avec le « Guide Inspir'actions Mobilités et Gestion des Flux⁵ ». Ce guide est conçu pour les offices de tourisme et les comités départementaux et régionaux, il présente des initiatives mises en œuvre par les membres du réseau. Ce guide vise à inspirer et accompagner les acteurs du tourisme dans leur transition vers des pratiques plus responsables. En effet, le transport est le premier poste en matière d'émissions de gaz à effet de serre de l'activité touristique.

⁴ Blanc, N. (2021, 25 septembre). *Manifeste pour un tourisme responsable*. ADN Tourisme.
<https://www.adn-tourisme.fr/manifeste/>

⁵ Blanc, N. (2024, 3 octobre). Guide : Inspir'actions mobilités et gestion des flux. ADN Tourisme.
<https://www.adn-tourisme.fr/guide-inspiractions-mobilites-et-gestion-des-flux/>

Ensuite, ADN Tourisme a également publié un guide des démarches de labellisation pour un tourisme plus durable⁶. Ce guide analyse 50 démarches de labellisation couvrant divers secteurs touristiques, de l'hébergement à la gestion des destinations. Il offre une présentation pratique des modalités d'obtention de chaque label, ainsi qu'une analyse approfondie de ses critères au regard des « Objectifs de Développement Durable de l'ONU ». L'objectif est ici d'aider les territoires et les professionnels du tourisme à mieux comprendre la labellisation en fonction de leur maturité en développement durable et à encourager la transition du secteur vers des pratiques plus responsables.

Finalement, ADN tourisme a noué des partenariats avec des acteurs nationaux comme l'ADEME ou encore le fonds de dotation Essentiem pour favoriser le départ en vacances de tous⁷. Le programme « Jour pour Jour », soutenu par le fonds de dotation Essentiem et promu par ADN Tourisme, vise à favoriser le départ en vacances des 40 % de Français qui n'y ont pas accès. Il permet aux employés d'entreprises partenaires de faire don de jours de congé, qui sont ensuite convertis en fonds et redistribués à des opérateurs de vacances sociales.

Les actions entreprises à la suite de la consultation citoyenne témoignent d'une volonté de changement. Le manifeste d'ADN Tourisme, les guides pratiques publiés, et les partenariats établis avec des acteurs nationaux démontrent un engagement institutionnel vers un tourisme plus durable. Ces initiatives visent à sensibiliser les acteurs du secteur et à fournir des outils pour la mise en œuvre de pratiques responsables. Cependant, malgré les efforts déployés, des limites et des critiques se posent quant à l'efficacité et la portée de ces initiatives.

Tout d'abord, il existe un risque avéré de ce qu'on pourrait qualifier de « *consultation washing* ». Ce concept, dérivé du « *greenwashing* » ou du « *pink washing* », se manifeste lorsque les consultations citoyennes et les actions qui en découlent sont utilisées davantage comme des outils de communication que comme de véritables leviers de changement. Dans

⁶ Artige, B. (2025, 4 février). *Guide des démarches de labellisation pour un tourisme responsable*. ADN Tourisme. <https://www.adn-tourisme.fr/guide-demarches-tourisme-responsable/>

⁷ Artige, B. (2025, mars 13). *ADN Tourisme s'engage en faveur du départ en vacances de tous*. ADN Tourisme. <https://www.adn-tourisme.fr/programme-jour-pour-jour/>

le secteur touristique, cela peut se traduire par des initiatives superficielles qui ne répondent pas à l'ampleur des défis environnementaux et sociaux. Le risque est que les organisations se contentent de donner l'illusion d'une démarche participative et responsable, sans pour autant opérer de transformations profondes dans leurs pratiques. En effet, les différents guides publiés par ADN Tourisme, bien qu'informatifs, peuvent être perçus comme des actions superficielles. Ils offrent des conseils et des recommandations, mais ne garantissent pas pour autant de changements structurels profonds dans l'industrie touristique, et surtout, ils ne les imposent pas. Ces guides reposent généralement sur le volontariat et la sensibilisation, sans poser de véritables obligations et contraintes aux acteurs du tourisme, au risque de limiter leur efficacité réelle sur le terrain.

Puisqu'ils sont issus d'un débat d'idées et non d'une enquête de terrain, ces guides présentent également un décalage entre les ambitions et la réalité. Les recommandations qui y sont présentées peuvent entrer en décalage avec les pratiques du secteur touristique, qui maintient des modèles économiques traditionnels.

De plus, la publication de ces guides peut être vue comme une tentative d'améliorer l'image du secteur touristique plutôt que d'apporter des changements significatifs. Ils donnent l'impression que l'industrie agit de manière responsable, sans nécessairement modifier ses pratiques de fond. Ce phénomène est d'autant plus préoccupant qu'il peut saper la confiance du public et des parties prenantes, rendant plus difficiles les futures tentatives de mobilisation. En particulier, le guide des démarches de labellisation cristallise plusieurs de ces problèmes. Les labels de tourisme durable, bien que conçus pour garantir des pratiques responsables, sont paradoxalement exploités dans des stratégies de « *greenwashing* ». Leur prolifération (près de 200 recensés mondialement) brouille la lisibilité pour les voyageurs, permettant à certains acteurs d'adopter des certifications peu exigeantes ou opaques pour masquer un manque d'engagement réel. Ces labels, souvent auto-attribués ou reposant sur des critères flous, servent alors d'outils marketing pour des entreprises cherchant à capitaliser sur l'attrait croissant du public pour l'écotourisme. Aïdi (2024) démontre que les certifications (comme celles de la Commission européenne, dans le cas de la *smart destination*) constituent autant d'instruments de soft power que de pilotage stratégique.

La consultation a également soulevé le problème du manque de suivi. Il n'y a pas de système d'évaluation à long terme pour suivre les transformations des actions et des acteurs par rapport à la problématique. Sans un tel suivi, il devient difficile d'évaluer les mesures prises, d'identifier les bonnes pratiques à généraliser, ou de repérer les domaines nécessitant des efforts supplémentaires. Cette lacune peut également alimenter le scepticisme quant à l'engagement du secteur envers un tourisme plus responsable. Un suivi rigoureux et transparent serait pourtant essentiel pour démontrer les progrès accomplis, maintenir la mobilisation des acteurs sur le long terme, et assurer une évolution continue vers des pratiques touristiques véritablement durables.

Conclusion et discussion

Cette étude a permis de mettre en évidence l'importance des consultations citoyennes, et en particulier de celle lancée en 2021, dans la promotion du tourisme responsable en France. Cette démarche participative a permis de recueillir un nombre significatif de propositions et de générer un débat autour des enjeux du tourisme durable. L'un des éléments les plus frappants de cette consultation est le taux de participation particulièrement élevé, avec plus de 49 000 participants et un engagement de 70 % des votes possibles, dont nous ne disposons pas d'information. Les propositions soumises ont abordé des sujets aussi variés que la gestion des flux touristiques, la mobilité douce, la préservation des sites naturels, et la promotion d'un tourisme hors saison, autant de mesures visant à concilier développement économique et préservation des territoires.

Bien que les résultats de la consultation aient permis de dégager des pistes de solutions et aient conduit à des actions, telles que la publication de guides et la mise en place d'un manifeste pour un tourisme responsable par ADN Tourisme, des limites importantes persistent. L'un des principaux enjeux est le phénomène de *consultation washing*. Le risque est que les actions qui en découlent soient perçues comme des mesures superficielles, sans conséquence profonde ou structurelle sur le secteur touristique. Les guides publiés par ADN

Tourisme, bien qu'intéressants et utiles pour sensibiliser les acteurs du secteur, se limitent souvent à des recommandations fondées sur le volontariat et à de bonnes pratiques sans imposer un cadre réglementaire clair et défini. Le modèle touristique de masse, basé sur la croissance exponentielle du nombre de visiteurs, ne peut plus répondre aux impératifs de durabilité. Les actions entreprises à la suite de la consultation, bien que louables, doivent aller au-delà de la simple communication et être accompagnées de réformes réelles et contraignantes pour les acteurs du secteur. Cela implique un engagement des pouvoirs publics et privés dans l'instauration des mesures de contrôle qui garantissent la mise en œuvre effective des recommandations issues de la consultation citoyenne.

Une autre limite majeure réside dans le manque de vision à long terme dans les initiatives mises en place. Les actions de sensibilisation et les bonnes pratiques doivent être accompagnées d'évaluations régulières, permettant de mesurer les progrès réalisés et d'ajuster les politiques en fonction des résultats obtenus. Sans ces évaluations, il sera difficile d'assurer la pérennité des réformes entreprises et de garantir leur efficacité à long terme. Un autre point crucial est la capacité des consultations citoyennes à influencer les décisions des acteurs privés. Les fédérations touristiques, telles qu'ADN Tourisme, ont pu intégrer les résultats de la consultation dans leur stratégie, mais leur portée reste limitée tant que les changements proposés ne sont pas intégrés dans les modèles économiques des entreprises. De nombreux acteurs du secteur, en particulier les grands groupes touristiques, continuent d'opérer selon des logiques de rentabilité, souvent incompatibles avec les principes du tourisme durable. Par conséquent, pour que les résultats de ces consultations aient un impact tangible, il est impératif que les pouvoirs publics assurent une régulation stricte et qu'ils mettent en place des incitations à long terme qui favorisent les transformations nécessaires du secteur.

Les critiques de « *consultation washing* » portent pour beaucoup sur le manque de cohérence entre les engagements des acteurs publics et privés et les actions entreprises sur le terrain. Si le secteur touristique est véritablement engagé dans une transition vers des pratiques durables, cela nécessitera non seulement des discours et des intentions, mais aussi des

actions mesurables et contraignantes. Il est essentiel que les consultations citoyennes ne soient pas utilisées comme une simple opération de communication pour donner l'illusion du changement, mais comme un catalyseur pour des réformes structurelles dans la gestion du tourisme. Les citoyens, en tant que touristes et habitants des territoires touristiques, sont les mieux placés pour identifier les problématiques locales et pour proposer des solutions adaptées. Leur implication ne doit pas se limiter à une consultation ponctuelle, mais s'inscrire dans un processus continu de dialogue et de co-construction des politiques publiques. Une telle approche permettrait non seulement d'améliorer la légitimité des décisions, mais aussi de garantir que les solutions proposées soient en adéquation avec les réalités du terrain.

Référence

Aïdi, N. (2024). 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>

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>

Knafou, R. (2023, September 27). *La surmédiatisation du surtourisme : Ce qu'elle nous dit du tourisme (et de ceux qui en parlent)*. Fondation Jean-Jaurès. <https://www.jean-jaures.org/publication/la-surmediatisation-du-surtourisme-ce-quelle-nous-dit-du-tourisme-et-de-ceux-qui-en-parlent/>

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

Sources

ADN Tourisme. (2025, February 4). *Guide des démarches de labellisation pour un tourisme responsable*.

<https://www.adn-tourisme.fr/guide-demarches-tourisme-responsable/>

Alliance France Tourisme. (n.d.). *Lancement du comité de filière tourisme*.

<https://www.alliance-france-tourisme.fr/posts/lancement-du-comite-de-filiere-tourisme>

Artige, B. (2025, March 13). *ADN Tourisme s'engage en faveur du départ en vacances de tous*. ADN Tourisme. <https://www.adn-tourisme.fr/programme-jour-pour-jour/>

Artige, B. (2025, February 4). *Guide des démarches de labellisation pour un tourisme responsable*. ADN Tourisme.

<https://www.adn-tourisme.fr/guide-demarches-tourisme-responsable/>

Atout France. (n.d.). *Site institutionnel*. <https://www.atout-france.fr/>

Blanc, N. (2021, September 25). *Manifeste pour un tourisme responsable*. ADN Tourisme. <https://www.adn-tourisme.fr/manifeste/>

Blanc, N. (2024, October 3). *Guide : Inspir'ractions mobilités et gestion des flux*. ADN Tourisme. <https://www.adn-tourisme.fr/guide-inspiractions-mobilites-et-gestion-des-flux/>

Make.org. (n.d.). *Comment agir pour un tourisme plus responsable en France ?* <https://archive.make.org/tourisme-responsable-resultats>

Make.org. (n.d.). *Plateforme participative citoyenne*. <https://make.org>