

Quand la *smart destination* fait face au « surtourisme » : enjeux de gentrification et cycles adaptatifs

Naïma Aïdi

Université Gustave Eiffel, laboratoire (Dicen-IdF), 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

Le modèle de la *smart destination* s'est imposé comme une réponse aux enjeux de gouvernance, d'attractivité et de durabilité des territoires touristiques. Toutefois, la littérature demeure largement techno-centrée et accorde une place limitée aux impacts socio-territoriaux, notamment dans les contextes de forte croissance touristique. Cet article interroge la capacité de la *smart destination* à réguler – ou à renforcer – les dynamiques de surtourisme et de gentrification touristique du point de vue des résidents. Mobilisant le cadre des cycles adaptatifs, l'étude analyse la trajectoire de Málaga (Espagne) à partir d'une méthodologie qualitative combinant analyse documentaire et entretiens semi-directifs auprès d'acteurs institutionnels et de résidents. Les résultats mettent en évidence un paradoxe : si la *smart destination* favorise l'innovation et la gouvernance touristique, elle contribue également à la concentration des flux, à la pression immobilière et aux tensions sociales. Cette recherche propose ainsi une lecture renouvelée des enjeux socio-territoriaux du tourisme contemporain en articulant *smart destination*, surtourisme et gentrification touristique.

O modelo do destino inteligente impôs-se como uma resposta aos desafios de governação, atratividade e sustentabilidade dos territórios turísticos. No entanto, a literatura continua a ser amplamente centrada na tecnologia e atribui um espaço limitado aos impactos socioterritoriais, nomeadamente em contextos de forte crescimento turístico. Este artigo questiona a capacidade do destino inteligente de regular – ou de reforçar – as dinâmicas de sobreturismo e de gentrificação

turística do ponto de vista dos residentes. Recorrendo ao quadro dos ciclos adaptativos, o estudo analisa a trajetória de Málaga (Espanha) a partir de uma metodologia qualitativa que combina análise documental e entrevistas semiestruturadas com atores institucionais e residentes. Os resultados evidenciam um paradoxo: se o destino inteligente promove a inovação e a governação turística, contribui igualmente para a concentração de fluxos, a pressão imobiliária e as tensões sociais. Esta investigação propõe, assim, uma leitura renovada dos desafios socioterritoriais do turismo contemporâneo, articulando destino inteligente, excesso de turismo e gentrificação turística.

The smart destination model has emerged as a response to the challenges of governance, attractiveness and sustainability in tourist regions. However, the literature remains largely technology-focused and pays limited attention to socio-territorial impacts, particularly in contexts of rapid tourism growth. This article examines the capacity of the smart destination to regulate – or reinforce – the dynamics of overtourism and tourist gentrification from the residents' perspective. Drawing on the framework of adaptive cycles, the study analyses the trajectory of Málaga (Spain) using a qualitative methodology combining documentary analysis and semi-structured interviews with institutional stakeholders and residents. The results highlight a paradox: whilst the smart destination promotes innovation and tourism governance, it also contributes to the concentration of tourist flows, property market pressure and social tensions. This research thus offers a fresh perspective on the socio-territorial challenges of contemporary tourism by linking smart destinations, overtourism and tourism-driven gentrification.

Introduction

Depuis le début des années 2010, le modèle de la *smart destination* s'est imposé comme une réponse innovante aux enjeux de gouvernance, d'innovation, d'attractivité et de durabilité des territoires touristiques mondialisés (Gretzel & Koo, 2021). Fondée sur l'intégration des technologies numériques dans la gestion, la promotion et l'expérience touristique, la *smart destination* est généralement présentée comme un levier d'optimisation des flux, d'amélioration de l'expérience des visiteurs et de création de valeur territoriale. Toutefois, si la littérature consacrée à ce concept est aujourd'hui abondante, elle demeure largement dominée par des approches techno-centrées et prescriptives, accordant une place limitée aux impacts socio-territoriaux et à l'expérience des populations locales (Christofle et al., 2023).

Parallèlement, la montée en puissance du surtourisme dans de nombreuses villes européennes a suscité un important renouvellement des recherches sur les conflits

d'usage, la saturation des espaces urbains et la dégradation de la qualité de vie des résidents. Pourtant, peu d'études interrogent explicitement la *smart destination* dans un contexte de forte pression touristique, et encore moins du point de vue des résidents (Siyamiyan Gorji et *al.*, 2026). Cette lacune est d'autant plus problématique que les dispositifs numériques (plateformes de services, *Big Data*, outils de pilotage des flux) jouent un rôle central dans les dynamiques contemporaines de concentration touristique et de gentrification des centres urbains.

Dans ce contexte, cet article s'inscrit à l'intersection de trois champs encore insuffisamment articulés : la *smart destination*, le surtourisme et la gentrification touristique. En se situant à Málaga (Espagne), il interroge la capacité d'un projet de smart destination à répondre aux tensions sociales et spatiales générées par la croissance touristique, à partir du ressenti et de l'expérience des résidents. Ce cheminement nous conduit à la question de recherche suivante : En quoi le modèle de la *smart destination* de Málaga contribue-t-il à amplifier, localement, des dynamiques de surtourisme et de gentrification touristique ?

Pour y répondre, l'article mobilise le cadre des cycles adaptatifs afin d'analyser la trajectoire touristique de Málaga. Après une présentation du cadre théorique croisant *smart destination*, surtourisme et recompositions socio-territoriales, l'article expose la méthodologie qualitative adoptée. Les résultats analysent ensuite le développement de la *smart destination* de Málaga, ses effets sur le centre historique et les perceptions des résidents, avant de discuter des apports et limites du modèle à l'aune des dynamiques de transformation observées.

Cadre théorique

Smart destination, croissance touristique et recompositions socio-territoriales

Le concept de smart destination émerge à la convergence de l'essor de l'e-tourisme, favorisé par Internet et les technologies numériques (Buhalis & Law, 2008), et du développement du modèle de la smart city. Apparue au début des années 2000 en Corée du Sud puis aux États-Unis, la *smart city* repose sur l'exploitation de technologies développées par des firmes IT telles que CISCO ou IBM afin de répondre aux enjeux des

territoires urbains mondialisés (croissance démographique, énergie, mobilité, ressources, etc.) (Offner, 2018 : 17). La *smart destination* se développe plus tardivement, au début des années 2010, dans un contexte où le tourisme est envisagé comme une composante de la *smart city* (Guo et al., 2014, p. 55). Si certains auteurs la considèrent comme une extension de la *smart city* (Boes et al., 2015, p. 392), d'autres défendent son autonomie conceptuelle (Luque Gil et al., 2015), leur coexistence n'étant pas systématique sur un même territoire.

La distinction centrale repose sur le public cible : a *smart city* vise prioritairement les résidents, tandis que la *smart destination* cherche avant tout à améliorer l'expérience touristique, tout en intégrant des objectifs de durabilité et de qualité de vie des habitants (Santos-Júnior et al., 2020). En l'absence de définition consensuelle, la littérature décrit la *smart destination* comme un modèle de gestion innovant, fondé sur les technologies de l'information et de la communication (TIC), visant à enrichir l'expérience des visiteurs, optimiser l'organisation touristique et améliorer la qualité de vie locale (Buhalis & Amaranggana, 2015 ; Lopez de Avila, 2015). Son développement s'inscrit dans un processus évolutif de long terme (Fabry & Blanchet, 2019), reposant sur la mise en réseau des acteurs et la co-crédation de valeur (Xiang et al., 2015), à travers des outils tels que le Wi-Fi public, le *Big Data*, les applications mobiles, la géolocalisation, les QR codes ou les plateformes numériques (Femenia-Serra & Ivars-Baidal, 2018 : 3).

Toutefois, malgré une abondante production théorique, les études empiriques demeurent limitées et les critères d'évaluation peu stabilisés (Baggio et al., 2020). En outre, une approche souvent techno-centrée tend à marginaliser la place des citoyens dans la gouvernance des *smart destinations* (Santos-Júnior et al., 2020 ; Sigalat-Signes et al., 2020 : 5), soulevant des interrogations quant à leurs capacités à répondre aux mutations socio-territoriales liées à la croissance touristique.

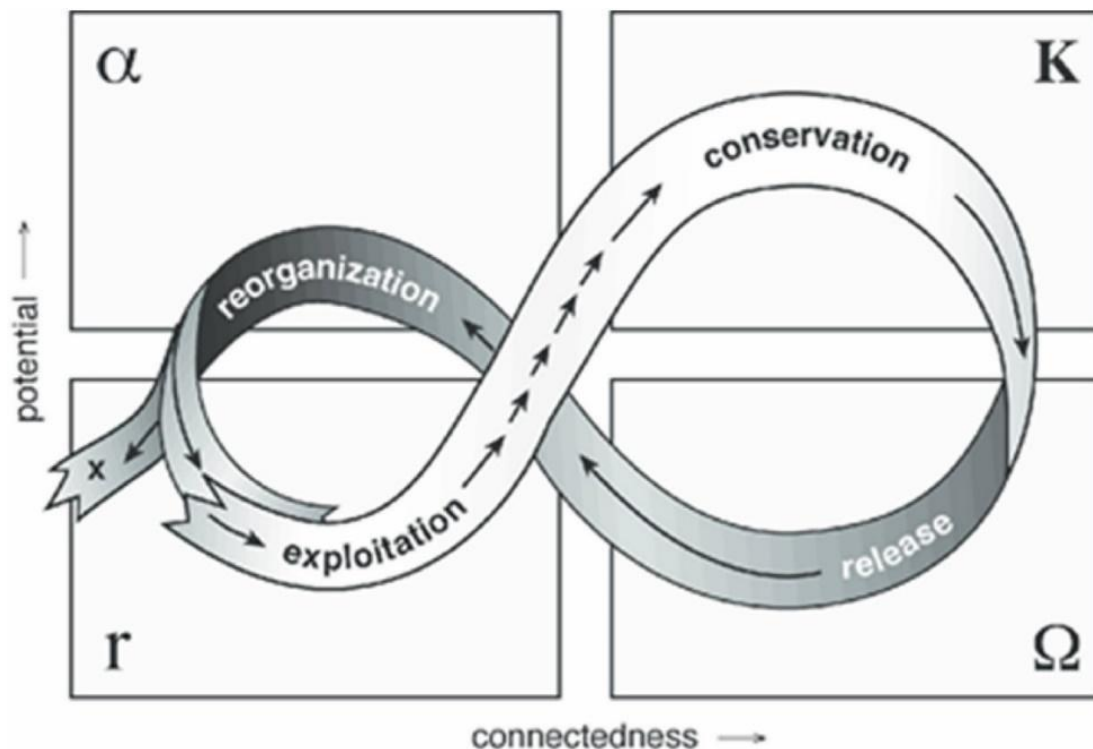
C'est précisément dans ce contexte que s'inscrit la problématique du surtourisme. Bien que fortement médiatisé depuis les années 2010, le phénomène n'est pas nouveau. Le terme apparaît en 2012 sur Twitter (désormais X) sous le mot-dièse #overtourism (Goodwin, 2017 : 1), avant de s'imposer dans les débats publics et académiques pour dénoncer des

pratiques touristiques perçues comme nuisibles pour l'environnement, génératrices de conflits d'usage, de congestion des centres urbains et, parfois, de tourismophobie. Selon Goodwin (2017 : 1), le surtourisme renvoie avant tout à un ressenti partagé par les habitants et les visiteurs, lorsqu'ils estiment que la présence touristique détériore de manière inacceptable la qualité de vie ou l'expérience.

Le surtourisme peut être considéré comme l'aboutissement d'un processus de croissance touristique insuffisamment régulé, rarement imputable à une cause unique. Parmi les facteurs contemporains du surtourisme figurent la baisse des coûts de transport aérien, la désintermédiation et les plateformes numériques comme Airbnb, la saisonnalité, l'insuffisance des stratégies de dispersion des flux, la précarité des emplois touristiques, ainsi que l'augmentation globale des mobilités touristiques (Goodwin, 2017 : 5-6). L'un des effets les plus saillants de ce phénomène concerne la transformation socio-spatiale des centres urbains, fréquemment analysée à travers le prisme de la gentrification touristique (Cócola-Gant, 2016).

La gentrification touristique résulte de l'articulation entre gentrification traditionnelle et croissance du tourisme. Elle se traduit par une transformation de la structure socio-économique des populations locales, de l'identité culturelle des lieux et par une hausse des loyers (Gravari-Barbas & Delaplace, 2015). Gotham (2005 : 1002) la définit comme « the transformation of middle-class neighbourhoods into affluent and exclusive enclaves with a proliferation of corporate entertainment and tourism venues ». Ce processus est renforcé par les plateformes numériques facilitant la conversion des logements résidentiels en hébergements temporaires, induisant un « collective displacement » (Cócola-Gant, 2016 : 7). Les quartiers historiques deviennent alors fortement attractifs, au détriment des usages résidentiels et des commerces de proximité (Sequera & Nofre, 2018).

Figure 1 Le cycle adaptatif. Source : Gunderson & Holling, 2002 : 34



Les cycles adaptatifs comme cadre d'analyse des trajectoires touristiques

La dépendance croissante au tourisme caractérise de nombreuses villes et régions dans le monde (OCDE, 2024) et expose les destinations à des vulnérabilités accrues face aux crises et aux incertitudes. Pour analyser ces dynamiques, le modèle des cycles adaptatifs développé par Holling (2001) et approfondi par Gunderson et Holling (2002) offre un cadre analytique particulièrement pertinent. Initialement conçu pour les systèmes écologiques, il a été étendu aux systèmes socio-économiques complexes, dont les destinations touristiques (Nieuwland *et al.*, 2025 : 2).

Comme le montre la Figure 1, le modèle décrit un cycle en quatre phases : exploitation (r), caractérisée par une croissance rapide et une mobilisation intensive des ressources ; conservation (K), marquée par la stabilisation du système et une rigidification croissante ; libération (Ω), correspondant à une phase de crise ou de perturbation majeure ; et réorganisation (α), qui ouvre un espace d'innovation et de recomposition avant l'engagement d'un nouveau cycle. Appliqué à la *smart destination*, ce cadre permet d'analyser les trajectoires de croissance, de saturation, de crise et de transformation, ainsi que les tensions liées au surtourisme et à la gentrification touristique.

Méthodologie

Cette recherche analyse l'évolution du modèle de *smart destination* à Málaga, en examinant l'origine du projet, la transformation urbaine, l'intégration du numérique dans l'organisation territoriale et les impacts sur la qualité de vie des résidents. Elle s'inscrit dans une approche qualitative relevant d'un paradigme interprétativiste, visant à explorer les interactions, les intentions et la construction du sens (Allard-Poesi & Perret, 2014). Ce choix se justifie par le nombre limité d'études empiriques consacrées aux impacts locaux des *smart destinations* (Baggio *et al.*, 2020; Micera & Crispino, 2017), en particulier du point de vue des résidents.

Pour ce faire, une démarche qualitative a été adoptée et comprend une analyse documentaire, ainsi que des entretiens semi-directifs menés auprès d'acteurs du tourisme, de décideurs publics locaux et d'experts ; ainsi que de 12 résidents du centre historique de Málaga, entre 2022 et 2023. Les entretiens ont été transcrits, traduits en français et codés à l'aide du logiciel Maxqda (CAQDAS). L'analyse a reposé sur un codage ouvert, axial puis sélectif (Strauss & Corbin, 1990), permettant une organisation thématique des données (contexte socio-historique, évolution de la *smart destination*, technologies numériques, qualité de vie des résidents). L'ensemble s'appuie sur une logique abductive, fondée sur des allers-retours entre cadre théorique et matériau empirique, afin d'éclairer les apports et les limites d'un projet de *smart destination*, dans un contexte de croissance touristique.

Résultats

Contexte de l'étude : la *smart destination* de Málaga

Située en Andalousie (Espagne), la ville de Málaga compte 579 076 habitants sur 395 km² ; son climat, ses plages et son patrimoine en font une destination touristique majeure. Longtemps considérée comme une porte d'entrée vers la *Costa del Sol*, elle s'est transformée depuis les années 1990 en destination urbaine et culturelle de référence (Almeida-García *et al.*, 2021 : 8).

Le premier Plan stratégique de Málaga¹ (1996) a largement favorisé le tourisme balnéaire par le renforcement des infrastructures aéroportuaires et hôtelières. Dans le prolongement, le deuxième Plan stratégique² (2001-2006) a marqué un tournant en intégrant le port à la ville et en valorisant le patrimoine culturel, en témoignant l'ouverture de nombreux musées, et la restauration de monuments du centre historique. Celui-ci est classé Ensemble Historique depuis 2012 et a fait l'objet d'une large piétonnisation (1995-2013).

Dans les années 2010, Málaga a investi dans des infrastructures numériques et a obtenu en 2020 la certification de *smart destination* (Segittur). Parallèlement, le centre historique connaît une baisse de population de 10 % entre 2005 et 2018 (Almeida-García *et al.*, 2021 :8), principalement liée au développement de l'habitat touristique.

Une *smart destination* au cœur de la transformation numérique et propice à la collaboration

Le projet de *smart destination* de Málaga s'inscrit dans le cadre du Plan National et Intégral du Tourisme (2012-2015), lancé par le Ministère du tourisme espagnol afin de renforcer la compétitivité des destinations et de promouvoir l'innovation et la collaboration public-privé. Le tourisme y est présenté comme un secteur clé du développement économique, encourageant l'investissement dans la transformation numérique. Le modèle de *smart destination* apparaît comme un levier de différenciation dans un contexte mondial

¹ El Proceso de transformación de una ciudad. I Plan Estratégico de Málaga (PDF 245 pages). Fondation CIEDES (2001). Consultable : https://ciedes.es/images/stories/Libros_PEM/EvaluacionIPEM.pdf

² Málaga, Metrópoli Abierta. II Plan Estratégico de Málaga (PDF 282 pages). Fondation CIEDES (2006). Consultable: https://ciedes.es/images/stories/Libros_PEM/IIPEM.pdf

concurrentiel, et se fonde sur l'intégration des TIC dans la gouvernance, la gestion des données et l'expérience touristique.

En 2020, Málaga obtient la certification de *smart destination* délivrée par Segittur, une entreprise publique espagnole spécialisée dans le tourisme et le numérique³. Celle-ci repose sur cinq axes : la gouvernance, la technologie, l'innovation, l'accessibilité et la durabilité. Fondé sur des normes ISO, le modèle de la *smart destination* répond à l'évolution des pratiques touristiques et vise une organisation plus efficiente du tourisme local.

« Concernant la mise en place d'une destination touristique intelligente, dans un premier temps, nous organisons un « *kick-off* » avec une présentation du projet et de l'équipe Segittur, on identifie la configuration et les interlocuteurs de la destination, etc. Nous envoyons les questionnaires avec des questions sur les indicateurs pour chaque axe ; il y a plus de 400 critères, et nous laissons un mois à la destination touristique pour les remplir. Pendant ce temps, nous organisons des réunions si par exemple, la destination a besoin de clarifier des questions sur les questionnaires. (...) Lorsque les réponses sont positives, ils doivent apporter toute la documentation pour les justifier. Lorsque nous recevons la documentation, nous vérifions la documentation pour générer le rapport. » (Chef de projet smart destination touristique, à Segittur)

« On est une destination touristique intelligente qui est intégrée dans notre plan stratégique, la gestion, notre présence sur Internet, les certifications ISO ; on intègre tout ça pour le faire ensemble (...). Málaga a rejoint le réseau des destinations touristiques intelligentes de Segittur en 2020. Et nous sommes toujours dans ce réseau. Pour rester membre du réseau, un audit doit être passé tous les ans, pour les actions menées en termes de gouvernance, de durabilité, d'accessibilité, d'innovation, de technologie. » (Chef du département du tourisme à la mairie de Málaga)

³ Smart Tourist Destination – Site web de Segittur
<https://www.segittur.es/en/smart-tourism-destinations/dti-projects/smart-destinations/>

« Une des raisons des destinations touristiques intelligentes vient du fait que les touristes ont changé leur manière de rechercher et de consommer des services touristiques, vu par exemple le développement des plateformes numériques, etc. Il y a ensuite un touriste numérique qui utilise des outils comme le smartphone, les réseaux sociaux, etc. » (Chef de projet *smart destination* touristique, à Segittur)

À Málaga, la gouvernance du tourisme est construite à partir du service du tourisme de la municipalité (plan stratégique, office de tourisme, promotion, etc.), et à travers le Forum du tourisme qui réunit un panel d'acteurs tels que les institutions touristiques du département et de la région, des entreprises et des professionnels du tourisme, des associations (hôtellerie, restaurants), la direction du port et de l'aéroport, des universitaires, etc., Ce forum du tourisme est un espace stratégique et stabilisé avec des réunions mensuelles qui sont dédiées à l'échange, à la consultation, et à la collaboration entre des entités publiques et privées.

« Le service du tourisme de la mairie de Málaga entretient de très bonnes relations de collaboration, tant public-public que public-privé, à la fois avec d'autres services municipaux et d'autres institutions aux niveaux local, provincial, communautaire autonome et national. L'un des exemples de collaboration est le forum du tourisme ». (Chef du département du tourisme à la mairie de Málaga)

« Nous collaborons avec la mairie de Málaga, de manière très régulière. Toute l'année, on a des réunions et on décide, c'est un travail collaboratif. Le site web de la mairie de Málaga s'est fait ici, nous avons des réunions... Chez Costa del Sol, nous avons un plan d'actions qui est le nôtre, et on l'exécute, le sujet des *Big data*, les études, notre situation.... Le *Big data* de la municipalité de Málaga, c'est nous qui l'avons fait. » (Chef du service Analyse et Intelligence touristique à Costa del Sol)

La gouvernance collaborative du tourisme s'observe notamment à travers le système d'intelligence de la destination⁴ (SID) mis en place par la municipalité en 2020, pour faciliter l'atteinte des objectifs indiqués dans son plan stratégique en matière d'innovation, de

⁴ Volet *Big data* du Système d'Intelligence Touristique (SID), publié sur le site web de l'institution touristique régionale de la Province de Málaga, Costa del Sol : <https://www.costadelsolmalaga.org/bigdata/>

technologie ou de durabilité. Ce SID regroupe des données touristiques issues de sources diverses et variées, et dans lequel est intégré le volet *Big data* de l'institut touristique régional Costa del Sol.

« On a beaucoup de données : des données de l'INE sur l'occupation hôtelière, on a les données de l'aéroport, des données des QR codes, on est en train de développer un comptage de personnes, pour mesurer les flux, et à partir de cela prendre des décisions. Avec la technologie, les beacons, on a des beacons dans la ville... Ce système d'intelligence de destination a intégré diverses sources d'information provenant d'autres sites Web, ceux de Costa del Sol, de l'Institut national de la statistique, etc. » (Chef du département du tourisme à la mairie de Málaga)

« Pour le tourisme durable, on a fait des études sur la capacité de charge, sur l'empreinte carbone pour faire des calculs, l'estimer, etc. Pour la problématique du centre historique, c'est une décision politique qui doit venir d'en dehors de Costa Del Sol. En Espagne, il y a la capacité de gestion locale, ça n'est pas notre travail, c'est celui de la mairie. On le sait, on est au courant de la problématique dans le centre historique, pourquoi ne le font pas ? Je ne sais pas. Il y a peu de policiers, je ne sais pas. L'information sur les flux est là mais je ne sais pas ce qu'ils en font. » (Chef du service Analyse et Intelligence touristique à Costa del Sol)

La création en 2020 du système d'intelligence de la destination (SID) constitue un élément central de la *smart destination* de Málaga. Il permet de mieux comprendre les comportements touristiques et de disposer d'une information contextualisée en temps réel. Au cœur de la transformation numérique, les acteurs interrogés laissent penser qu'il renforce l'innovation et la gouvernance collaborative, tout en soulevant des interrogations sur la durabilité du modèle.

Un espace résidentiel transformé en vitrine touristique

L'analyse des données collectées et notre présence sur le terrain mettent en évidence une forte concentration touristique dans le centre historique de Málaga, avec des effets multiples sur le quotidien des habitants. Les entretiens révèlent une qualité de vie

globalement appréciée, mais fragilisée par l'intensification touristique : hausse des prix immobiliers, disparition des commerces de proximité et nuisances sonores.

Les entretiens conduits auprès des résidents ont parfois pris une tournure de récits de vie. Si la plupart des résidents du centre historique de Málaga insistent sur le fait qu'ils ne sont pas contre le tourisme, ils déplorent de façon unanime la transformation de leur espace résidentiel qui leur est de plus en plus méconnaissable et en proie à la gentrification. En une quinzaine d'années, le tissu résidentiel qui apportait avec lui des liens particuliers entre les voisins et une culture du vivre ensemble a progressivement disparu en raison du départ souvent forcé des résidents du centre vers d'autres quartiers, pour laisser place à une zone touristique qui ne convient pas à leurs besoins quotidiens, mais qui fait plutôt office de décor touristique dans lequel ils ne se sentent pas inclus. Les commerces de proximité ont fermé boutique au profit de supérettes, de bars, de restaurants, de discothèques ou de grandes enseignes. Quant aux nuisances dues à l'intensification touristique dans le centre historique, elles se manifestent par du bruit, des débris, ou des actes d'incivisme en tout genre.

« Je vis dans la rue Carretería, je suis l'un des derniers survivants du centre historique de Málaga. À l'époque, c'était un quartier de voisins, tout le monde se connaissait, on se croisait dans les commerces du quartier, si on ne voyait pas une personne pendant une semaine, on s'inquiétait, on se connaissait tous. (...) Peu à peu dans ma rue, il n'y a plus eu de voisins, ça a disparu ou il en reste mais très peu, et là il y a une grande différence, avant c'était un quartier et là c'est une vitrine, regarde il y a un tournage de films en ce moment, nous sommes les spectateurs du film, ça a perdu l'essence du 18^e ou 19^e siècle, n'importe quel quartier de n'importe quelle autre partie du monde, voilà c'est Málaga comme n'importe quelle autre ville. Il n'y a plus de Malaguènes, ça n'existe plus, quand je vais au petit supermarché à côté de la maison, les touristes achètent de l'eau et de l'alcool, (...) ça n'est pas une ville, c'est autre chose. Le centre de Málaga s'est perdu il y a 10 ou 15 ans, ce n'est pas une ville c'est une vitrine... ici à Málaga, c'est comme si les touristes étaient les acteurs et les habitants ne font pas partie du film. » (Résident du centre historique #1)

« C'est un parc thématique, il y a de moins en moins d'espagnols, des immeubles entièrement convertis en immeubles pour la location touristique, le matin, tu sors et tu ne vois plus de voisins qui vont acheter du pain, des personnes qui vont déposer leurs enfants à l'école, non tu vois des touristes en train de trainer leur valise, ce

bruit de roulettes « brou brou brou », les gens te parlent en anglais. (...) Et les prix, tous les prix sont élevés, on ne peut pas acheter, je ne peux pas acheter un verre d'eau gazeuse à 3 euros, ou un plat de pommes de terre hors de prix. La cohabitation, les espaces, habiter dans notre espace, pourquoi doit-on changer de quartier si on veut rester ici dans le centre-ville ? » (Résident du centre historique #8)

« Les prix ont beaucoup augmenté, par exemple, les locations touristiques ont obtenu beaucoup de licences, il est très facile d'obtenir une licence pour une location touristique à Málaga. Donc, c'est plus rentable de louer à des fins touristiques que de vivre dans le centre. À Málaga, le prix du loyer a augmenté de plus de 60 % ou 70 % par rapport à avant. » (Résident du centre historique #12)

« Réellement, il y a la confirmation que le centre de Málaga est une sorte de couche, comme s'il y avait un plateau volant qui aurait recouvert l'endroit et l'accélération est venue avec le tourisme des plateformes numériques, avec Airbnb, et donc c'est l'image où il y a tout. Le tourisme est un miroir d'une fenêtre qui va se briser. Et chaque déménagement est un problème pour les personnes âgées. » (Résident du centre historique #9)

« Málaga est sur la carte du monde, tout le monde la connaît, la mairie pour valoriser Málaga ils savent y faire, et ils le font bien, Málaga s'est beaucoup améliorée en 17 ans, ça a beaucoup changé. Avant, c'était une ville portuaire abandonnée, sale, les immeubles tombaient en ruine, le centre historique était abandonné, avec de la délinquance, des bars, maintenant, c'est bien, ils ont piétonnisé beaucoup de rues, mais à quel prix ? (...) Le centre historique, nous sommes passés de 15 000 à moins de 5 000 résidents en 10 ou 15 ans. Il y a des achats massifs d'immeubles par des fonds d'investissement d'Espagne et beaucoup de Suédois et de pays scandinaves. » (Résident du centre historique #3)

La revitalisation du centre historique de Málaga, faisant suite aux plans stratégiques de la municipalité, se reflète dans les propos des résidents. La reconstruction des immeubles, le ravalement des façades, la concentration des musées et la piétonnisation de nombreuses rues, ont permis de récupérer cette partie de la ville qui était laissée à l'abandon, mais souvent au détriment des résidents qui n'ont pas les moyens de faire face aux investisseurs immobiliers qui font fleurir des appartements touristiques, tout en subissant de plein fouet les effets de la gentrification touristique dans leur quartier. La reconnaissance de Málaga comme « *smart destination* » n'est pas vraiment admise ou légitimée par les résidents pour

qui, cette distinction relève davantage d'une stratégie de communication que d'une amélioration concrète du cadre de vie. Le tourisme, bien qu'essentiel économiquement, est ainsi associé à un processus de gentrification fragilisant la cohésion sociale du centre historique.

La mairie et les résidents : un dialogue difficile

La situation problématique dans le centre historique a fait émerger un mouvement citoyen à travers notamment une association de résidents⁵ qui ne cesse de faire des réclamations à travers des messages d'indignation ou des manifestes (site web, réseaux sociaux, tables rondes, manifestations, etc.) pour réclamer une régulation du tourisme leur permettant de vivre dans de meilleures conditions. Les résidents considèrent qu'ils ne sont pas entendus par la mairie et dans l'incapacité d'influencer les décisions politiques qui continuent d'être prises en faveur du tissu commercial (association de bars et de restaurants) et des investisseurs immobiliers. Pour les résidents, la *smart destination* n'est pas un lieu de médiation : le dialogue est essentiellement de nature informationnelle et non pas axé sur la participation citoyenne.

« Il y a des dialogues, oui, mais ils n'écoutent pas, les décisions sont déjà prises. (...) Ce sont des décisions, avec deux grands lobbys, ici les restaurants, les propriétaires des bars et restaurants, et aussi l'église avec la semaine sainte, ils sont en faveur du tourisme, car ça les arrange » (Résident du centre historique #9)

« L'association du centre historique dénonce cette situation, mais ils s'en fichent, si tu appelles la police, ils arrivent tard, les réclamations des voisins ne sont pas prises en compte car il n'y a pas assez de police, ils s'en fichent » (Résident du centre historique #4)

« On paie des impôts, nous les habitants de Málaga, mais ce sont les touristes qui en bénéficient le plus... Par exemple, les zones touristiques, le centre historique, il y a une grande offre touristique, beaucoup de logements dédiés au tourisme, des appartements touristiques, des Airbnb, plein de construction d'hôtels, et un manque

⁵ Site web de Asociación de vecinos Centro Histórico de Málaga <https://centroantiguomalaga.com/>

de logements pour les habitants. Les plages en été sont surpeuplées, il y a beaucoup de touristes, il reste peu de places, on ne peut pas en profiter, les menus sont en anglais, les endroits où il y a le plus de touristes qui transitent sont celles qui sont le plus entretenues, nettoyées, etc. » (Résident du centre historique #6)

« C'est un problème économique en lien avec le loyer, quelqu'un qui a un appartement Airbnb gagne quatre fois plus que s'il louait le logement à un habitant. Peu de locaux ont l'opportunité d'avoir ces revenus, les touristes ont la capacité de dépenser de manière intensive, durant des intervalles de temps très courts. » (Résident du centre historique #10)

Certains estiment que les priorités municipales favorisent les intérêts liés au tourisme, avec la question du logement qui apparaît comme centrale. La rentabilité des locations touristiques incite les propriétaires à privilégier le court terme, rendant l'accès au logement plus difficile pour les habitants. Les entretiens mettent ainsi en évidence des tensions entre développement touristique, politiques locales et conditions de vie des résidents.

Entre remise en question et réorganisation de la destination

La concentration touristique dans le centre historique de Málaga a suscité des réactions contrastées et appelle des décisions politiques plus équilibrées entre résidents et visiteurs. Les données issues du système d'intelligence de la destination (SID) qui renseignent notamment sur les flux et l'évolution des hébergements touristiques, semblent partiellement prises en compte par la municipalité, qui adopte un discours ambivalent :

« Le bruit ça n'est pas notre problème, pas vraiment. La police quand ils interviennent, je défends le touriste... », tout en affirmant que « la mairie souhaite limiter les résidences et les lieux d'habitation à usage touristique (...) il y aura un nouveau décret pour réguler... ». (Chef du département du tourisme à la mairie de Málaga)

La municipalité indique également travailler à une dispersion des flux hors du centre historique, par la création de nouveaux itinéraires. Ce projet inclut la valorisation du

patrimoine industriel et le développement de collaborations avec des entreprises innovantes mesurant les flux grâce à l'IA.

« On a acheté un service avec Orange, pour avoir des informations sur les flux de touristes...il y a une saturation dans le centre touristique, oui, on va déconcentrer. On est en train de créer quatre nouvelles routes pour disperser les flux et l'objectif principal est de canaliser les flux des zones les plus saturées vers d'autres zones de la ville à fort potentiel touristique » (Chef du département du tourisme à la Mairie de Málaga)

Par ailleurs, la crise sanitaire du Covid-19 a fortement perturbé l'activité touristique. La chute du nombre de visiteurs a révélé la vulnérabilité du modèle local et mis en évidence la dépendance économique au tourisme. Dans ce contexte, la municipalité a lancé en février 2021 la campagne Málaga Workbay⁶, destinée à attirer des télétravailleurs nationaux et internationaux. L'initiative valorise le climat, la qualité du réseau Internet, les infrastructures, l'éducation et la qualité de vie, et cible des travailleurs européens qualifiés (France, Allemagne, Scandinavie, etc.) dans des secteurs tels que l'informatique, le marketing, la santé ou l'éducation.

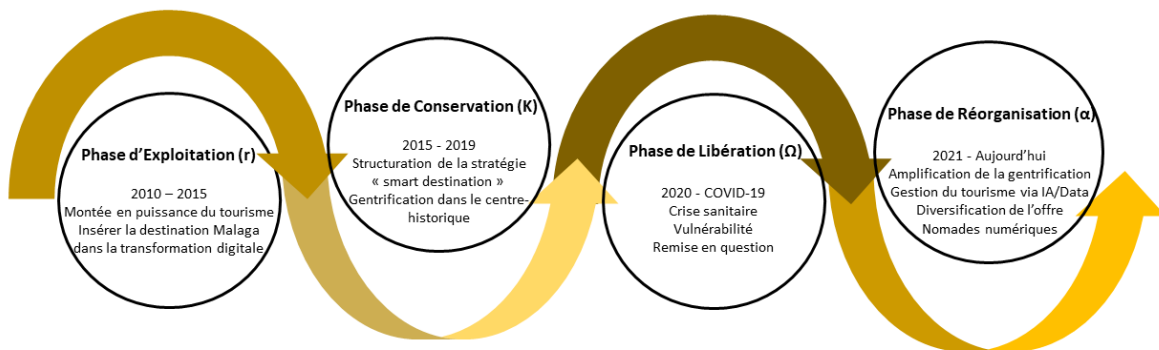
Après l'obtention du label de *smart destination* en 2020, Málaga semble ainsi avoir pris conscience de sa dépendance au tourisme et cherche à se diversifier pour soutenir le développement local. La ville ambitionne de conjuguer destination touristique et destination pour télétravailleurs, dans un contexte où les activités touristiques et culturelles demeurent concentrées dans le centre historique et où l'accès au logement devient plus difficile. Aussi la *smart destination* Málaga se situe-t-elle dans une phase de remise en question. La création de routes touristiques excentrées, la volonté de réguler les flux et la stratégie d'attraction des nomades numériques traduisent une dynamique de réorganisation fondée sur le renouvellement et la diversification de l'offre.

Discussion et conclusion

⁶ Site web Málaga Workbay pour l'accueil des nomades numériques à Málaga <https://malagaworkbay.com/en/>

Cet article avait pour objectif de mieux comprendre la manière dont une smart destination qui présente une importante fréquentation touristique est en mesure de faire face aux impacts socio-économiques qui en découlent. En analysant son développement de manière cyclique, à l'échelle locale, cette étude contribue à la littérature portant sur le concept de la smart destination en lien avec les enjeux du tourisme mondialisé tels que le surtourisme et la gentrification touristique. L'appui sur le cadre des cycles adaptatifs (Holling, 2001 ; Walker *et al.*, 2004) permet d'identifier les apports et les limites d'un projet de smart destination, et d'interpréter les dynamiques de transformation de Málaga face à la pression touristique. Comme l'illustre la Figure 2, la smart destination traverse les phases d'exploitation (r), de conservation (K), de libération (Ω) et de réorganisation (α), dans un contexte où les leviers technologiques, politiques, économiques et sociaux structurent son évolution.

Figure 2 Le cycle adaptatif de la smart destination de Malaga. Source : Auteure



Entre 2010 et 2015, Málaga entre dans une phase d'exploitation (r) marquée par la transformation numérique et l'investissement dans les infrastructures afin de renforcer son attractivité dans un contexte concurrentiel. Cette période correspond à un développement rapide du tourisme, à l'intégration des TIC et à l'augmentation des investissements immobiliers et commerciaux (Ivars-Baidal *et al.*, 2019). Progressivement, la destination bascule vers une phase de conservation (K), caractérisée par une stabilisation du modèle

mais aussi par l'émergence de tensions. Nos résultats mettent en évidence une hausse des prix d'accès au logement de longue durée et un déséquilibre entre besoins résidentiels et croissance touristique, dans un contexte de concentration des flux, s'exprimant à travers une perception et un ressenti négatifs des résidents à l'égard du tourisme (Goodwin, 2017). Ces observations rejoignent aussi les travaux de Cócola-Gant (2016) et de Sequera & Nofre (2018) sur les effets de l'hypercroissance et de la gentrification touristique dans les centres urbains.

La phase de libération (Ω) s'amorce lorsque ces tensions deviennent visibles. Les résidents du centre historique, par l'intermédiaire d'associations et de collectifs, expriment leur mécontentement face à la dégradation de leur qualité de vie : augmentation des loyers, disparition des commerces de proximité, multiplication des locations de courte durée et nuisances liées à la fréquentation. L'intensification des usages touristiques transforme le centre en espace prioritairement orienté vers les visiteurs, avec un habitat permanent qui s'efface à son insu tant dans sa fonction, dans sa structure que dans sa physionomie (Almeida-García et al., 2021). Cette phase s'inscrit également dans un contexte plus large de surtourisme, défini comme une situation où la concentration de visiteurs altère significativement la qualité de vie (Goodwin, 2017).

La crise sanitaire du Covid-19 et la vulnérabilité économique qui en découle contribuent à ouvrir une phase de réorganisation (α). La municipalité engage des initiatives visant à diversifier l'offre (attraction de nomades numériques) et à déconcentrer les flux hors du centre historique (nouveaux itinéraires). Cette dynamique s'apparente aux principes de la résilience adaptative (Gunderson & Holling, 2002), où un territoire redéfinit ses stratégies face aux perturbations. Toutefois, nos résultats indiquent que ces mesures demeurent limitées au regard des tensions observées. L'absence de régulations structurelles et le sentiment d'exclusion exprimé par les résidents interrogent la capacité des acteurs locaux à dépasser certains « pièges » (Gunderson & Holling, 2002 ; Holling, 2001), tels que la dépendance au tourisme ou une gouvernance principalement verticale, excluant la voix des résidents dans les processus de décision pris par la municipalité.

La *smart destination* met en évidence un paradoxe. D'un côté, les technologies numériques optimisent l'organisation, fluidifient l'expérience touristique et renforcent l'attractivité des destinations. De l'autre, elles accroissent la visibilité et l'accessibilité des territoires, facilitent la marchandisation des espaces résidentiels *via* des plateformes telles qu'Airbnb et contribuent à la concentration des flux touristiques, phénomène associé au surtourisme (Corrêa & Gosling, 2021 ; Goodwin, 2021). L'intégration de ces dispositifs reconfigure ainsi la frontière entre espaces touristiques et résidentiels, favorisant l'empiètement de l'activité touristique sur l'habitat permanent, et alimentant les dynamiques de gentrification touristique.

En définitive, cette recherche contribue à la littérature en proposant une lecture intégrée de la *smart destination* dans un contexte de croissance touristique, en articulant les dynamiques de surtourisme et de gentrification touristique à partir du point de vue des résidents. Alors que les travaux sur les smart destinations privilégient majoritairement la performance technologique et la compétitivité, nos résultats montrent que ces dispositifs peuvent aussi renforcer des dynamiques de concentration des flux, de pression immobilière et de recomposition socio-spatiale. En mobilisant le cadre des cycles adaptatifs, l'article met en évidence le caractère ambivalent du modèle de *smart destination*, à la fois vecteur d'innovation et facteur de rigidification, susceptible d'accentuer les tensions socio-territoriales lorsqu'il n'est pas accompagné de mécanismes de régulation et de participation citoyenne. Cette approche permet ainsi de dépasser une lecture techno-centrée du modèle et de repositionner la question de la qualité de vie des résidents au cœur de l'analyse des trajectoires touristiques contemporaines.

En replaçant les perceptions et l'expérience des habitants au cœur de l'analyse, cette contribution répond aux appels récents invitant à intégrer davantage les enjeux de justice spatiale, de gouvernance et d'acceptabilité sociale dans l'étude des transitions touristiques (Sigalat-Signes *et al.*, 2020; Siyamiyan Gorji *et al.*, 2026). Cette étude présente néanmoins certaines limites, liées à l'analyse d'un seul terrain. Des perspectives de recherche pourraient inclure des comparaisons inter-destinations, des approches longitudinales des mobilisations des habitants et l'examen de l'acceptabilité sociale des politiques de *smart*

destination, afin d'éclairer les conditions d'un développement touristique plus équilibré face aux enjeux de surtourisme et de gentrification.

Références

- Allard-Poesi, F., & Perret, V. (2014). Chapitre 1. Fondements épistémologiques de la recherche. In R.-A. Thiétart (Ed.), *Méthodes de recherche en management* (pp. 14-46). Paris : Dunod.
- Almeida-García, F., Cortés-Macías, R., Parzych, K. (2021). Tourism Impacts, Tourism-Phobia and Gentrification in Historic Centers: The Cases of Málaga (Spain) and Gdansk (Poland). *Sustainability*, 13(1), 408.
- Baggio, R., Micera, R., Del Chiappa, G. (2020). Smart tourism destinations: a critical reflection. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(3), 407-423.
doi:10.1108/JHTT-01-2019-0011
- Boes, K., Buhalis, D., Inversini, A. (2015). *Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions*. Paper presented at the ENTER2015 conference on information and communication technologies in tourism, Lugano, Switzerland.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). *Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services*. Paper presented at the ENTER2015 conference on information and communication technologies in tourism, Lugano, Switzerland, Lugano, Switzerland.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet-The state of eTourism research. *TOURISM MANAGEMENT*, 29(4), 609-623.
- Christofle, S., Regalado-Pezúa, O., Massiera, B., Debos, F., & Huron, D. (2023). *Smart tourism destinations: bibliometric analysis, network visualization, and qualitative research*. Paper presented at the TTRA Europe 2023 Conference Proceedings.

- Cócola-Gant, A. (2016). Holiday Rentals: The New Gentrification Battlefront. *Sociological Research Online*, 21(3), 112-120. doi:10.5153/sro.4071
- Corrêa, S. C. H., & Gosling, M. d. S. (2021). Travelers' Perception of Smart Tourism Experiences in Smart Tourism Destinations. *Tourism Planning & Development*, 18(4), 415-434. doi:10.1080/21568316.2020.1798689
- Fabry, N., & Blanchet, C. (2019). Monacos struggle to become a smart destination. *IJTC International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 672-684.
- Femenia-Serra, F., & Ivars-Baidal, J. A. (2018). Do smart tourism destinations really work? The case of Benidorm. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*.
- Goodwin, H. (2017). The challenge of overtourism. *Responsible tourism partnership*, 4, 1-19.
- Goodwin, H. (2021). City destinations, overtourism and governance. *International Journal of Tourism Cities*, 7(4), 916-921. doi:10.1108/IJTC-02-2021-0024
- Gotham, K. F. (2005). Tourism Gentrification: The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban studies*, 42(7), 1099-1121. doi:10.1080/00420980500120881
- Gravari-Barbas, M., & Delaplace, M. (2015). Le tourisme urbain « hors des sentiers battus ». Coulisses, interstices et nouveaux territoires touristiques urbains. *Téoros*, 34(1-2).
- Gretzel, U., & Koo, C. (2021). Smart tourism cities: a duality of place where technology supports the convergence of touristic and residential experiences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 352-364. doi:10.1080/10941665.2021.1897636
- Gunderson, L. H., & Holling, C. S. (2002). *Panarchy: Understanding Transformations in Human and Natural Systems*: Shearwater Books.
- Guo, Y., Liu, H., & Chai, Y. (2014). The embedding convergence of smart cities and tourism internet of things in China: An advance perspective. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 2(1), 54-69.

Holling, C. S. (2001). Understanding the Complexity of Economic, Ecological, and Social Systems. *Ecosystems*, 4(5), 390-405.

Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A., Mazón, J.-N., Perles-Ivars, Á. F. (2019). Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management? *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1581-1600. doi:10.1080/13683500.2017.1388771

Lopez de Avila, A. (2015). *Smart destinations: XXI century tourism*. Paper presented at the ENTER2015 conference on information and communication technologies in tourism, Lugano, Switzerland.

Luque Gil, A. M., Zayas Fernández, B., Caro Herrero, J. L. (2015). The Smart Tourism Destination and the Territorial Intelligence: problems and opportunities. *Investigaciones Turísticas*, 10, 1-25.

Micera, R., & Crispino, R. (2017). Destination web reputation as “smart tool” for image building: the case analysis of Naples city-destination. *International Journal of Tourism Cities*, 3, 00-00. doi:10.1108/IJTC-11-2016-0048

Nieuwland, S., Lavanga, M., & Koens, K. (2025). Using adaptive cycles and panarchy to understand processes of touristification and gentrification in Valencia, Spain. *Tourism Management*, 106, 105011. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105011>

OCDE. (2024). *Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2024* Retrieved from Paris.

Offner, J.-M. (2018). La smart city pour voir et concevoir autrement la ville contemporaine. *Quaderni*, 96(2), 17-27. doi:10.4000/quaderni.1172

Santos-Júnior, A., Almeida-García, F., Morgado, P., & Mendes-Filho, L. (2020). Residents' Quality of Life in Smart Tourism Destinations: A Theoretical Approach. *Sustainability*, 12(20). doi:10.3390/su12208445

Sequera, J., & Nofre, J. (2018). Shaken, not stirred: New debates on touristification and the limits of gentrification. *City*, 22(5-6), 843-855. doi:10.1080/13604813.2018.1548819

Sigalat-Signes, E., Calvo-Palomares, R., Roig-Merino, B., & García-Adán, I. (2020). Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing? *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(2), 96-104.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.06.002>

Siyamiyan Gorji, A., Hosseini, S., Seyfi, S., Almeida-García, F., Cortes Macías, R., & Mena Navarro, A. (2026). 'Málaga for living, not surviving': Resident perceptions of overtourism, social injustice and urban governance. *Journal of Destination Marketing & Management*, 39, 101044. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2025.101044>

Walker, B., Holling, C. S., Carpenter, S. R., & Kinzig, A. (2004). Resilience, Adaptability and Transformability in Social–ecological Systems. *Ecology and Society*, 9(2).

Xiang, Z., Tussyadiah, I., & Buhalis, D. (2015). Smart destinations: Foundations, analytics, and applications. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4.
doi:10.1016/j.jdmm.2015.07.001