

À quoi ressemblera le tourisme en 2040 ?



À quoi ressemblera le tourisme en Bretagne en 2040 ? C'est la question que Tourisme Bretagne veut trancher avec les élus, la population et les professionnels.

Ouest France

Tourisme Bretagne travaille avec des chercheurs, des professionnels, des élus et des habitants sur différents scénarii pour définir ce que pourrait être la stratégie touristique du futur.

Bienvenue en Bretagne en 2040. Entre le climat qui se réchauffe, les crises qui s'enchaînent, les innovations pleines de promesses mais aussi d'inquiétudes ? Où encore les attentes et les moyens des voyageurs, la valise du tourisme breton est pleine. Mais pour aller où ?

C'est la question que pose Tourisme Bretagne, bras armé de la Région, en se projetant à quinze ans sur cinq scénarii . Dès 2026, les habitants, professionnels et élus seront concertés pour faire le choix d'un cap.

Environnement, économie et technologie

« Depuis le Covid, il y a une sensibilité environnementale plus forte avec des voix qui s'élèvent pour dénoncer une surfréquentation », remarque Antoine Cadiou, directeur de Tourisme Bretagne. Jessica Viscart, directrice adjointe, assure que « cela fait vingt ans que la Bretagne accueille 110 millions de personnes chaque année, dont 20 % d'étrangers. Cela correspond à notre capacité d'accueil et nous ne cherchons pas à aller au-delà » .

En se projetant dans le futur, la branche tourisme de la Région veut **« éviter que la Bretagne subisse les conséquences d'un tourisme débridé. Il faut donc faire des choix »**, poursuit Stéphane Cevoz, responsable de Ti Hub, la cellule d'innovation touristique. Le risque, à ne rien faire, serait d'avoir une Bretagne victime de son succès durant des étés plus chauds. Sur des côtes fragilisées où les communes tentent de réguler les flux à l'aide de quotas saisonniers, alors même que la population peine à se loger... c'est le scénario du pire, baptisé **« fracture »**. **« Il est probable, si on considère que le tourisme n'est pas une priorité »**, alerte Antoine Cadiou.

Le choix de **« symbiose »** propose au contraire de considérer l'environnement comme un moteur économique et un argument d'attractivité. **« On vise la neutralité carbone en participant à la protection des milieux »**. L'hypothèse **« harmonie »** repose, quant à elle, sur la création de liens entre les habitants et les visiteurs. **« C'est un tourisme qui permet de valoriser les savoirs faire locaux, la transmission des cultures bretonnes, la revitalisation de centres-bourgs et de territoires ruraux. »**

Le scénario **« écho »**, y voit un levier économique essentiel avec une vraie notion de rentabilité alors que les crises ont impacté les capacités d'investissements des collectivités. Quand on sait que la Bretagne a une offre d'activités gratuites assez exceptionnelle, dont il découle un panier moyen à 2,50 € quand il est à 6 € à l'échelle nationale, il y a des marges de manœuvre à trouver.

D'autant que le tourisme d'entreprise attire aussi de plus en plus. C'est un chemin entre le gratuit et le payant, le public et le privé, une clientèle de moyenne et plus haut de gamme, sans basculer dans l'ultra luxe.

Le scénario **« Mirage »** mise, lui, sur les technologies qui permettraient de planifier les séjours, offrir des loisirs connectés, des mobilités décarbonées, des hébergements autonomes en énergies... Une économie centrée sur la personnalisation, le bien-être et la liberté de choix **« dans une Bretagne à la fois naturelle et ultra-connectée »**.

Au-delà de l'exercice intellectuel et ludique d'une projection à 2040, des choix politiques, sociétaux, économiques et environnementaux s'imposeront. **« Etquinze ans, c'est presque demain »**.

Christel MARTINEAU-MARTEEL.