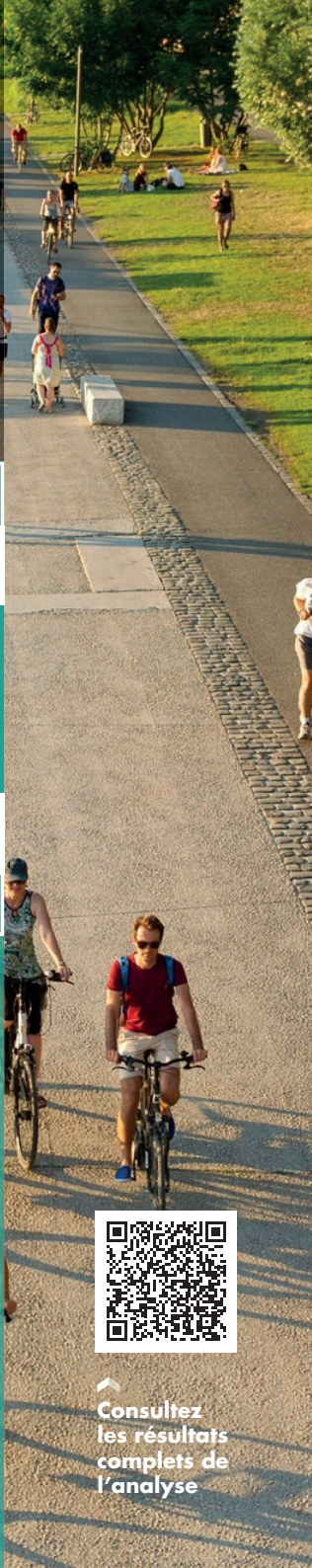




Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

MÉMENTO DU TOURISME



IMPACT DU TOURISME

SUR LES HABITANTS
D'Auvergne-Rhône-Alpes

➤ **67% de soutien de la population** à la croissance du tourisme (+1 point /2019)

➤ **55% de la population régionale** considère que le tourisme génère plus de conséquences positives que négatives (+1 point /2019)

➤ **3% de tourismophobes** (équivalent)



Consultez
les résultats
complets de
l'analyse

Méthodologie



L'enquête Resident Sentiment Index

Cette enquête a été menée sur l'ensemble de la région Auvergne-Rhône-Alpes.

Pour affiner les résultats, nous avons pris soin de distinguer les grands espaces de notre destination : la montagne, la campagne et la ville.

Pour la montagne, il nous paraissait important de pouvoir distinguer les stations d'altitude dont le modèle économique est basé sur le ski, de la moyenne montagne positionnée sur le tourisme pastoral.

Pour répondre à une sollicitation des Parcs Naturels Régionaux de notre région, une interrogation spécifique a été faite auprès de leurs habitants.

☐ Voir résultats sur le site Internet

UN STANDARD POUR TOUTES LES DESTINATIONS

qui souhaitent évaluer l'état d'esprit des résidents à l'égard du développement touristique... et anticiper les risques

30 INDICATEURS ESSENTIELS

Impacts positifs et négatifs du tourisme sur l'économie locale, la qualité de vie, l'emploi, les infrastructures...

IDENTIFIER LES LEVIERS D'INCLUSION DES RÉSIDENTS

Écouter ce que les habitants ont à dire pour mieux les intégrer dans la stratégie de développement touristique

UN BENCHMARKING

Qui s'appuie sur les moyennes observées dans d'autres destinations pour une meilleure caractérisation des enjeux !



Résidents Auvergne-Rhône-Alpes
2 250 enquêtes

Cible interrogée :
2 010 répondants
Homme et femme,
âgé(e) de 18 ans et +

Sur-échantillon de 240 résidents en station de montagne pour une lecture par types d'espaces (montagne en stations, moyenne montagne, campagne, ville).

À retenir

Avec 67% de soutien de la population à la croissance du tourisme en 2021, la région accroît d'un point par rapport à 2019, sa légitimité à promouvoir le tourisme.

On observe ainsi un soutien manifeste en **stations de montagne**, en **zone rurale** et en **zone urbaine**, une attention toutefois est à porter à la moyenne montagne sujette à des nouveaux flux de visiteurs. En effet, pendant les étés 2020 et 2021, de nombreux citoyens rendus anxieux par la crise sanitaire se sont rendus dans ces espaces qui offraient le grand air et permettaient la distanciation sociale, mais qui n'avaient pas toujours les infrastructures adaptées à cet afflux. Cette tendance s'est poursuivie pendant l'été 2022. Afin d'accompagner ces citoyens qui n'avaient pas nécessairement les codes et comportements appropriés, nombreuses sont les destinations qui les ont accompagnés.

L'impact du tourisme se ressent en premier lieu sur (% avis positifs)



71%

L'économie locale
+ 6 points /2019



67%

L'offre d'activités culturelles et de loisirs
+ 4 points /2019



66%

La conservation du patrimoine historique
+ 4 points /2019

L'impact positif du tourisme est notamment perçu sur **l'emploi, la création d'infrastructures et l'aspect général** de la destination.

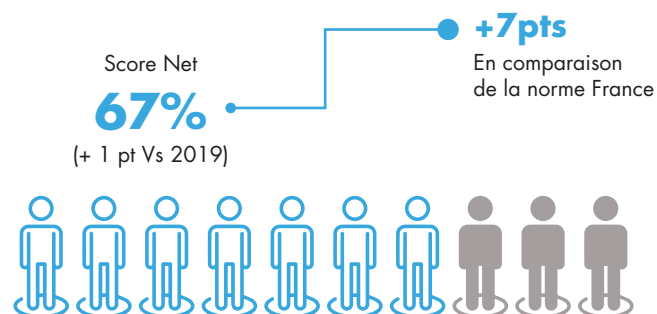
Les habitants des stations se montrent globalement plus concernés **par le développement du tourisme**. Pour autant, les **résidents en zones rurales et urbaines** supportent fortement la **promotion de la région**.

La perception de nuisances reste en ligne avec la norme, même si la perception de nuisances gagne 4 pts par rapport à 2019 : elles concernent les difficultés de circulation, le monde / la foule ou encore le bruit / les nuisances sonores. Ces deux dernières nuisances étant celles qui progressent le plus par rapport à 2019 (moins « tolérées »). Cela étant, **la perception de nuisances s'est accentuée parmi les résidents de moyenne montagne** : 13% considèrent que le tourisme génère des nuisances toute l'année ou presque (+ 6 pts vs 2019) et 60% considèrent qu'elles sont présentes une partie de l'année (+ 11 pts Vs 2019) : la perception d'une affluence forte et concentrée à certaines périodes. Un type d'espace « refuge sanitaire » qui génère parfois de l'inquiétude parmi ces résidents.

Principaux indicateurs

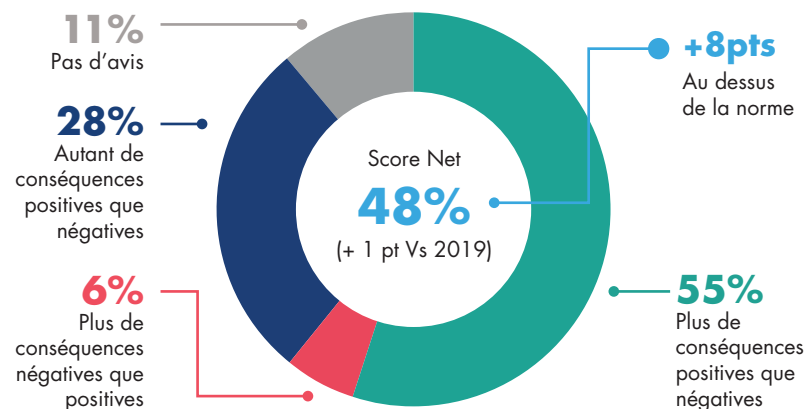
Indice de soutien à la croissance du tourisme

« La région doit continuer à se promouvoir pour attirer les touristes »
(ST d'accord – ST Pas d'accord)



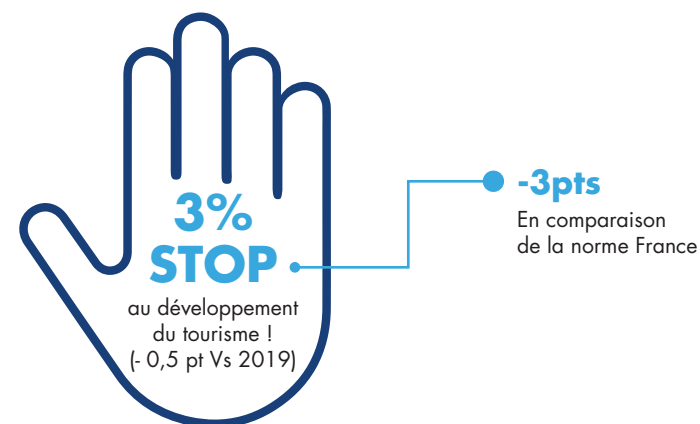
Sentiment général à l'égard du tourisme

« D'une manière générale, vous diriez que le développement du tourisme dans votre région génère... »



Indice de tourismophobie

« Le développement du tourisme génère plus de conséquences négatives » ET pas d'accord avec « La région doit continuer à se promouvoir pour attirer les touristes »

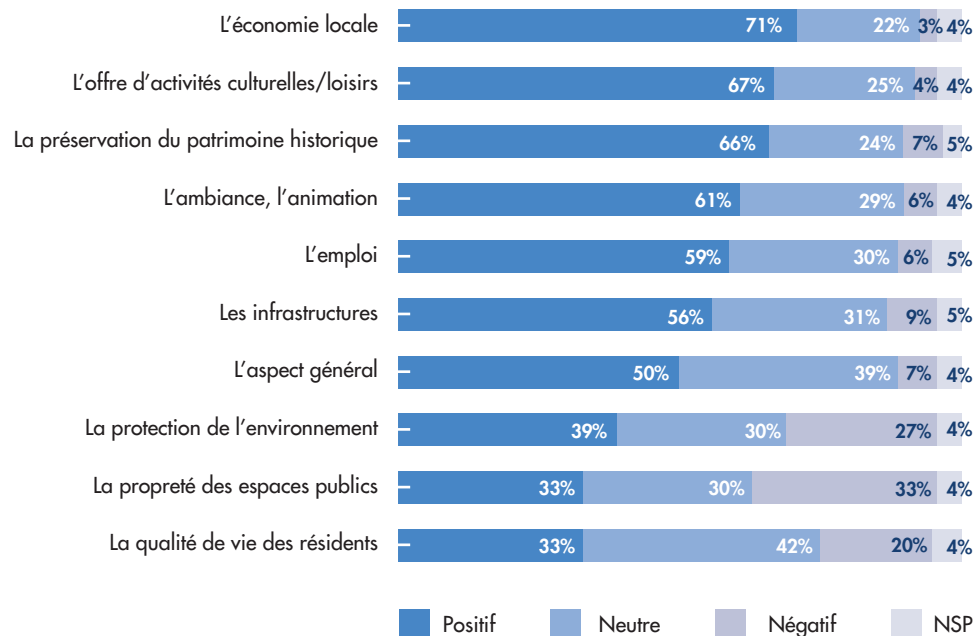


Résultats détaillés

	Stations	Moyenne montagne	Rural	Urbain
Part de « tourismophobes »				
2021	5%	8%	2%	2%
2019	7%	6%	2%	3%
Part des habitants soutenant la croissance touristique				
2021	64%	50%	72%	72%
2019	54%	61%	68%	66%

Influence du tourisme

2021 : Pour chacun des aspects suivants, l'influence plutôt positive ou négative du développement du tourisme



% Influence positive par types d'espaces



Stations



Moyenne montagne



Rural



Urbain

L'économie locale	77%	71%	68%	73%
L'offre d'activités culturelles / loisirs	78%	60%	62%	72%
La préservation du patrimoine historique	71%	56%	65%	71%
L'ambiance, l'animation	73%	60%	56%	63%
L'emploi	76%	53%	53%	63%
Les infrastructures	65%	47%	43%	64%
L'aspect général	67%	44%	48%	53%
La qualité de vie des résidents	51%	30%	36%	32%
La protection de l'environnement	42%	33%	41%	40%
La propreté des espaces publics	47%	30%	32%	33%

Analyse par types d'espaces



Le tourisme en stations de montagne a été sérieusement **impacté par une saison hiver raccourcie en mars 2020**, puis la fermeture des remontées mécaniques l'hiver suivant. Cela renforce l'influence, jugée plus favorablement sur l'ensemble des dimensions.



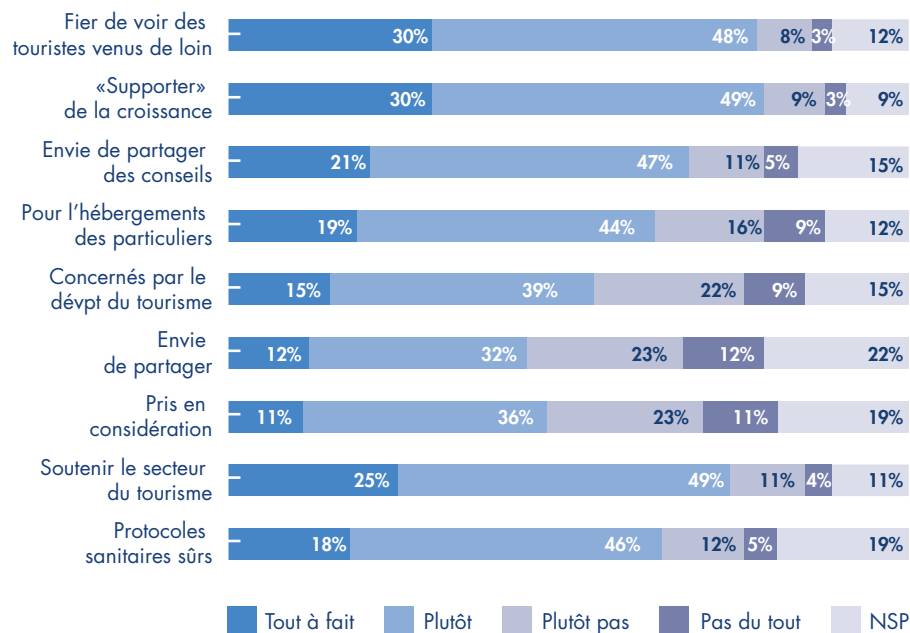
Les résidents de moyenne montagne se montrent nettement plus nuancés. Ils ont fait face à des **clientèles venues chercher les grands espaces et le refuge sanitaire**. Cet afflux de clientèles n'ayant pas nécessairement les codes de conduite **a pu entraîner une sensibilité accru des habitants** de ces zones en matière de protection de l'environnement.



Les habitants de zone urbaine **ont redécouvert leur ville pendant les confinements**, ils font plus facilement le lien entre développement du tourisme et préservation du patrimoine historique.

Sentiment des résidents

Êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?



% Influence positive

	Stations	Moyenne montagne	Rural	Urbain
Fier de voir des touristes venus de loin	72%	52%	69%	71%
"Supporter" de la croissance	64%	50%	72%	72%
Envie de partager des conseils	67%	45%	54%	55%
Pour l'hébergement entre particuliers	45%	31%	46%	37%
Concerné par le développement du tourisme	40%	17%	21%	26%
Envie de participer	15%	6%	9%	7%
Pris en considération	10%	7%	14%	16%
Soutenir le secteur du tourisme	54%	41%	63%	62%
Protocoles sanitaires sûrs	62%	47%	45%	49%

Analyse par types d'espaces



Même si cela est moins marqué qu'en 2019, les **habitants en stations de montagne** se sentent naturellement les plus **concernés** par le développement du tourisme, **fiers** de les voir arriver, et ont **envie de partager des conseils avec eux. Ils souhaitent, plus qu'ailleurs, s'investir** dans les décisions qui concernent le tourisme et être parties prenantes.



En **moyenne montagne**, les scores sont plus faibles que dans les autres types d'espace et reculent Vs 2019 : un sentiment plus mitigé de ces résidents.



Les **résidents en zone urbaine et rurale** sont clairement **supporters de la croissance** (et avec des scores net supérieurs à 2019).