



Tourisme, le regard aiguisé de Dominique Hummel

mercredi 6 mai 2020, par [lpe](#)

Dominique Hummel, expert touristique bien connu dans la région, nous donne son ressenti et partage quelques idées sur le secteur du tourisme actuel et à venir.

Certes « *la situation est aujourd'hui très délicate et pour que l'avenir soit à nouveau porteur il faut que le présent ne soit pas trop assassin* ». Au-delà d'un bilan économique qui s'annonce très lourd pour ce secteur qui compte pour 9 % du PIB, cette crise sanitaire et le confinement qui l'accompagne nous ont enseigné selon Dominique Hummel que « *le tourisme correspond à un vrai besoin de société, de contact, d'échange, de rupture avec le quotidien. Il porte des éléments de civilisation. Le loisir nous construit autant que le travail* ». Ce qui en fait pour « *la première fois un enjeu national* » et pose également la question du tourisme social. « *La moitié des français ne partent pas en vacances* » rappelle-t-il.

Un impérieux besoin de sécurité

La priorité est d'accompagner le secteur du tourisme pour limiter les dommages. « *Selon que l'été sera plus ou moins meurtrier, les troupes ne seront pas les mêmes pour attaquer le post-covid* » prévient Dominique Hummel. « *Beaucoup d'acteurs du tourisme ont des ressorts en eux mais leur capacité à rebondir doit être aidée.* » Il se félicite des mesures prises par le gouvernement - report de charges, accès aux prêts - mais souhaiterait aussi « *des aides à la relance sur leurs fonds propres* ». Il suggère que les entreprises, dont beaucoup vont arrêter leurs comptes à la fin de ce trimestre, puissent déduire leurs pertes 2020 des résultats de 2019 « *pour disposer de ressources pour repartir* ». Repartir en intégrant une dimension nouvelle, « *le principe de précaution prévaudra au-delà du Covid.* »

□ En effet, selon Dominique Hummel, le besoin de sécurité, niveau 2 de la pyramide de Maslow, redevient essentiel et perdurera. « *La confiance, mot clé, va de pair avec la décongestion. Les touristes attendent une moindre densité.* » Un des défis pour les acteurs touristiques va être de diluer les trafics dans le temps et l'espace en menant notamment une « *réflexion sur l'hyper-saisonnalité, ce qui renvoie à de nouveaux codes sociaux dans notre rapport au temps* ». Pour ce qui est de diluer dans l'espace, il va être question de donner de l'attractivité à de nouveaux territoires.



Les atouts de la Nouvelle-Aquitaine à exploiter

Dans ce contexte de besoin de sécurité, notre région dispose de précieux atouts naturels « *de longues plages, un arrière pays très diversifié, un tourisme urbain relativement peu dense* ». Il s'agira de tirer profit de ces avantages. « *En région l'envie majoritaire de vacances reste à 75 % la mer et le soleil. Se pose la question du tourisme balnéaire et des dispositifs d'accueil qui devront s'adapter* ». En parallèle, il s'agira de travailler l'attractivité de l'arrière-pays en réponse à des demandes émergentes. « *Un tiers des français veulent être acteurs de changement par leurs actes de consommation. Consommer moins mais mieux, être plus authentique, moins bouger* ». Pour que cette primeur à la proximité se vérifie sur le terrain il faudra « *savoir faire d'une adresse une promesse. On ne choisit pas en effet une destination pour aller quelque part mais pour y faire quelque chose* ». L'enjeu va consister à « *faire rêver de chez soi, raconter la destination, en promettant convivialité, rencontres, curiosités, partage... Il y a là une réflexion intéressante pour l'avenir !* ».

Cette quête d'authenticité, se traduit aussi par une recherche d'émotion. « *Le succès rencontré par les ateliers de lumières de Paris et des Baux-de-Provence est de bon augure pour la création des Bassins de lumières de Bordeaux. Un parcours de lumières est également en préparation à Rochefort. Cette forme d'art et de culture populaire offre des espaces peu confinés pour des expériences contemplatives et oniriques immersives* ». Dominique Hummel est persuadé que « *ces nouvelles propositions d'expériences qui font appel à l'émotion préfigurent le développement touristique de demain* ».

Pour être fertile, le terreau de développement touristique devra intégrer d'une part les nouveaux besoins d'espace et d'autre part des promesses d'émotions. Pour y parvenir, l'ensemble des acteurs du tourisme devront structurer, organiser et rendre visible cette offre. Un sacré défi à relever !

Propos recueillis par Sophie Guitonneau