

Vous avez envie d’aller à Amsterdam ?

Très bien. Mais dans les faits, on préférerait de loin que vous alliez voir ailleurs. Rotterdam ? Groningen ?

L’Office de tourisme des Pays-Bas — dont le rôle essentiel vise à accroître le nombre de visiteurs au pays — a décidé de ne plus faire la promotion à l’étranger de sa destination la plus populaire de toutes, Amsterdam, estimant qu’elle compte déjà assez de touristes comme ça : 19 millions par année, pour une population nationale totale de 17 millions de personnes.

Amsterdam est victime d’un mal qui n’avait même pas de nom il y a 10 ou 15 ans encore : le « surtourisme ».

« Dans les années 80, on parlait plutôt des problèmes de “capacité de charge” liés à l’écologie d’un site, remarque Pascale Marcotte, professeure en tourisme à l’Université Laval. Mais on a trouvé un nouveau vocable parce qu’il ne s’adaptait plus à la situation actuelle. » De fait, l’afflux de visiteurs ne menace plus seulement l’environnement, mais aussi le climat social de certains quartiers, de certaines villes, et fait naître des mouvements de révolte. Le touriste est devenu dans certains endroits « persona non grata ». Des communautés se sentent « envahies et dépossédées », dit Pascale Marcotte.

Pourquoi ? Il y a d’abord un effet de masse. On voyage plus que jamais : le nombre de touristes augmente bien plus vite que la population mondiale, et bien au-delà des prévisions officielles. « La réalité, c’est qu’en 1976, un billet d’avion pour aller en France coûtait 1200 \$. J’y suis allé cette année pour 650 \$ ! note Paul Arsenault, directeur de la Chaire de tourisme de l’UQAM. Le voyage se démocratise. Il n’y a aucun incitatif financier à moins voyager, bien au contraire ! »

Sauf que voilà, le tourisme ne se répartit évidemment pas de façon égale sur toute la surface du globe. L’Islande, par exemple, a connu une hausse de 39 % du nombre de touristes internationaux entre 2015 et 2016 et de 24 % l’année suivante ; quant à l’Asie du Sud-Est, on y a vu une augmentation de 10 % en moyenne l’an dernier, soit trois fois la hausse moyenne globale. Tout le monde semble vouloir aller aux mêmes endroits au même moment.

Les réseaux sociaux sont souvent montrés du doigt pour expliquer le phénomène, entre autres à cause des listes en tout genre qui nomment les 10 endroits qu’il faut voir « dans sa vie, en 2019, avant d’avoir 25 ans », alouette... Même si l’on n’y reste que quelques heures, le temps de prendre des photos, les deux tiers des 18-34 ans choisiraient d’abord et avant tout le lieu de leur prochain voyage en fonction de son caractère « instagrammable » (selon un sondage mené par Expedia en 2017). Ce faisant, 20 pays absorberont à eux seuls 70 % de la croissance du tourisme mondial d’ici 2020, prévoit le Conseil mondial du tourisme et des voyages (WTTC).

L’industrie touristique a toutefois aussi sa part de responsabilité, tempère Pascale Marcotte.

« Pendant très longtemps, des villes comme Barcelone ont travaillé pour avoir plus de touristes, ont investi dans des ports de croisière, des aéroports, etc., pour pouvoir parler de croissance et non pas de décroissance. »

Les villes ont récolté ce qu’elles avaient semé, sans toujours prévoir avec acuité les conséquences qu’une telle croissance pourrait avoir sur la population ou les infrastructures. Un exemple parmi tant d’autres : l’augmentation du tourisme aux Philippines est liée à une raréfaction de l’eau potable et à une augmentation des pannes de courant pour la population locale.



