



Défis et opportunités du lacustre versus bord de mer

Roland Schegg, HES-SO Valais-Wallis, 10 décembre 2025

Le **Montreux International Tourism Forum (MITF)**, qui s'est tenu le 6 au 7 novembre 2025, s'est imposé comme une plateforme d'échange incontournable pour les professionnels, académiques et étudiants du secteur. L'édition 2025 a mis l'accent sur les défis contemporains majeurs, notamment à travers une session intitulée : « Défis et opportunités du lacustre versus bord de mer »

Alors que l'imaginaire des vacances d'été a longtemps été dominé par le modèle balnéaire, les destinations lacustres s'affirment aujourd'hui comme des alternatives durables, offrant fraîcheur et résilience face au changement climatique. Cette table ronde a croisé les regards de trois experts pour explorer cette mutation :

- **Laurie Souvignet** (Aix-les-Bains Riviera des Alpes), plaidant pour la fin de la comparaison au profit de la construction d'un modèle régénératif propre ;
- **Rémi Planton** (Bisca Grands Lacs), illustrant, depuis un territoire dual, la complémentarité vitale entre l'océan et les lacs face aux aléas climatiques ;
- **Joseph Karam** (Glion Institute of Higher Education), analysant la dimension émotionnelle et mémorielle qui fait du lac un refuge pour les nouvelles générations.

L'objectif de cette synthèse est de décrypter comment le « tourisme de lac » tente de sortir de l'ombre du bord de mer pour définir sa propre identité. Elle met en lumière une transition majeure : le passage d'une stratégie de volume à une stratégie de **sens**, où le lac devient un espace de reconnexion au vivant et de sécurité climatique.

Contexte : Cette table ronde s'inscrit directement dans la dynamique du projet **Acteurs Tourisme Léman (ATL)**, un réseau transfrontalier soutenu par le **programme Interreg France-Suisse**. Ce projet vise à structurer et animer les échanges entre les professionnels publics et privés du bassin lémanique (Genève, Vaud, Valais, Haute-Savoie) pour consolider cette destination franco-suisse comme une référence touristique majeure. En réunissant des partenaires clés tels que les offices de tourisme d'Évian, de Montreux Riviera et de Genève, ainsi que l'Institut de Tourisme de la HES-SO Valais, cette initiative favorise une approche coordonnée des défis communs.



Défis et opportunités du lacustre versus bord de mer. Et si on arrêta de se comparer ?

Laurie Souvignet (Directrice générale Agence Aix les Bains Riviera des Alpes)



Au-delà de la comparaison : Inventer le « Tourisme de Lac »

1. Le constat : Un déficit d'imaginaire Laurie Souvignet débute par un exercice de visualisation: si les vacances à la mer ou les lacs italiens/canadiens évoquent des images claires (dolce vita, grands espaces), les vacances au bord d'un lac en France (ou en Suisse) souffrent d'un flou.

- **Confusion** : Le client imagine souvent des lacs de montagne froids, confondus avec des torrents, et perçoit ces destinations comme une simple composante de la montagne, pas comme une destination à part entière.
- **Un segment manquant** : Dans les nomenclatures officielles (Atout France), le « tourisme de lac » n'existe pas (on doit choisir entre ville, campagne ou montagne).

2. La réponse collective : Créer un nouveau style de vacances Face à ce constat, les quatre grands lacs de Savoie Mont-Blanc (Léman, Annecy, Bourget, Aiguebelette) se sont unis pour définir et promouvoir un « **style de vacances lacustre** » unique, reposant sur trois piliers :

- **Un cadre unique** : Une vitalité et une majesté paysagère (montagne tombant dans l'eau) qui créent une émotion spécifique de ressourcement.
- **Une relation spécifique** : Une hospitalité sincère (« on met du temps à faire confiance, mais c'est profond ») et une volonté de transformer les partenaires en ambassadeurs.
- **Des expériences singulières** : Hébergement avec vue, gastronomie locale (pas que la fondue !), patrimoine culturel, et activités nautiques sécurisantes (« cocooning » vs l'immensité de la mer).

3. Le changement de paradigme : Du « toujours plus » au « prendre soin » Au-delà de l'attractivité, Laurie Souvignet remet en question la course au volume. Elle présente une seconde démarche collective, née de la **Convention des Entreprises pour le Climat (CEC)** :

- **Stop à la compétition** : Plutôt que de chercher à se différencier à tout prix (jeu des 7 erreurs avec Menton), elle appelle à cultiver ce qui relie les territoires pour faire face aux enjeux climatiques communs.
- **Vers le tourisme régénératif** : L'objectif n'est plus seulement de limiter l'impact (durable), mais d'avoir un **impact net positif**. Le visiteur doit laisser le territoire dans un meilleur état qu'à son arrivée.

4. Actions concrètes et expérimentations Pour ne pas rester dans le conceptuel, son agence a lancé plusieurs chantiers :

- **Expérimentation économique** : Un test grandeur nature sur un hébergement touristique pour appliquer un modèle économique régénératif (résultats en février 2026).
- **Formation** : Un parcours « Biodiversité et Tourisme » pour former les socio-professionnels.
- **Cordée Tourisme** : Une collaboration avec 10 entreprises pour prouver que le tourisme peut impacter positivement d'autres secteurs comme la **santé** (santé mentale des jeunes) ou le logement, redonnant ainsi ses lettres de noblesse à une industrie souvent décriée.

Conclusion

Laurie Souvignet conclut par un appel à l'action collective : le tourisme ne doit plus être une finalité économique, mais un moyen de **prendre soin du vivant** et du territoire. Elle invite les acteurs à devenir des « pionniers du tourisme régénératif ».

Espaces lacustres & Océan : Complémentarité (sensible) d'une promesse de destination

Rémi Planton (Directeur de l'Office du tourisme Bisca Grands Lacs, F)



Bisca Grands Lacs : La complémentarité sensible Océan-Lac face au climat

1. Une destination à forte pression

Le territoire de Bisca Grands Lacs se situe à 1h15 de Bordeaux, à cheval sur les Landes et la Gironde (incluant la Dune du Pilat). Il subit une pression touristique intense :

- **Chiffres clés** : 3,5 millions de nuitées annuelles (principalement en camping) pour seulement 32 000 habitants, soit un taux de fonction touristique très élevé (293 lits pour 100 habitants).
- **Un territoire fragile** : Cette fréquentation massive s'exerce sur des espaces naturels sensibles (forêt landaise, lacs, littoral) soumis à de fortes contraintes foncières et climatiques.

2. Océan vs Lac : Une offre complémentaire, pas opposée

Rémi Planton insiste sur le fait que le lac et l'océan ne s'opposent pas, mais offrent des alternatives aux visiteurs, notamment en fonction des conditions :

- **Sécurité et Accessibilité** : Le lac offre une baignade calme et sécurisée (faible profondeur, idéal pour les familles), une alternative précieuse lorsque l'océan est dangereux (baïnes, marées).
- **Activités différenciées** : Le « Lac Nord » est dédié aux activités douces sans carbone (paddle, voile), tandis que le nautisme à moteur et la pêche coexistent sur d'autres zones, complétant l'offre surf de la côte.

3. L'urgence climatique : Érosion et Incendies

L'intervention a mis en lumière la vulnérabilité extrême du territoire face au changement climatique :

- **Recul du trait de côte** : L'érosion marine menace directement les infrastructures de Biscarrosse. Une stratégie de « **renaturation** » est engagée : il faut reculer les installations (projections 2050-2100) pour laisser l'océan reprendre ses droits, ce qui renforce le rôle de repli stratégique des zones lacustres.
- **Risque incendie** : Suite aux méga-feux de 2022 (Dune du Pilat), une réglementation stricte (vigilance rouge/noire) interdit désormais l'accès à la forêt et aux pistes cyclables à certaines heures critiques, impactant directement l'expérience touristique.

4. Gestion de crise : La nouvelle norme L'été 2025 a été marqué par une succession d'aléas climatiques majeurs sur une courte période (semaines 33 à 35) : canicule, restrictions d'eau, cyanobactéries dans les lacs, houles cycloniques.

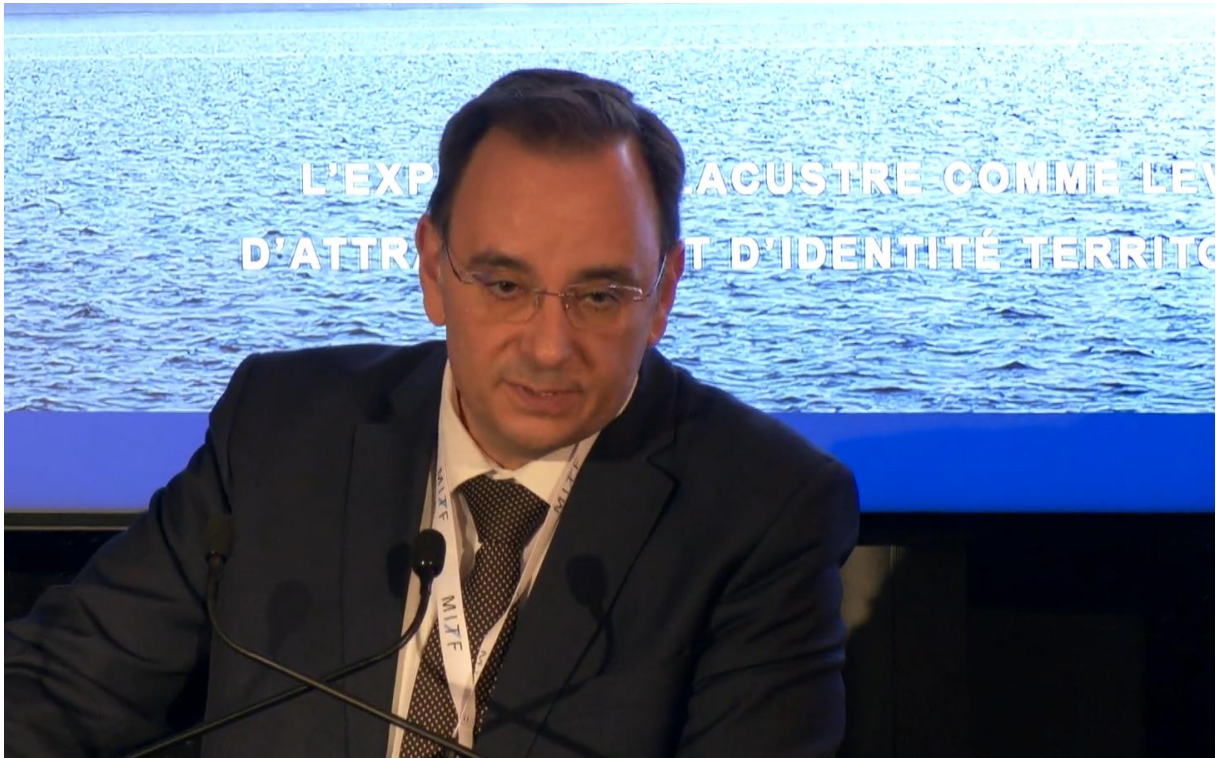
- **Conséquence** : La gestion de la destination ne consiste plus seulement à promouvoir, mais à **réguler et orienter** les flux en temps réel pour protéger les écosystèmes (comme la plante rare *Isoète de Bory*, unique au monde et présente dans le lac Nord).

Conclusion

Pour Rémi Planton, l'avenir de Bisca Grands Lacs passe par l'acceptation des contraintes naturelles. Le rôle de l'office de tourisme évolue vers l'accompagnement des visiteurs et des professionnels pour qu'ils adaptent leurs pratiques à cette nouvelle réalité climatique, rejoignant ainsi la vision du tourisme régénératif.

L'expérience lacustre comme levier d'attractivité et d'identité territoriale

Joseph Karam (Professeur à Glion Institute of Higher Education)



L'Expérience Lacustre : Levier d'attractivité et d'identité

1. Le lac comme refuge climatique et émotionnel

Joseph Karam ouvre son propos par un témoignage personnel : tombé amoureux du Léman en 1992, il y revient toujours, attiré par une qualité de vie unique.

- **Refuge climatique** : Face au réchauffement, le sud de la France perd en attractivité au profit de régions plus tempérées comme la Bretagne ou les lacs alpins. Les gens fuient la chaleur excessive et les espaces confinés climatisés pour chercher la fraîcheur naturelle (« *chaque degré supplémentaire fait perdre 8% d'attractivité* »).
- **Thérapie post-Covid** : La pandémie a transformé la nature de « décor » en « thérapie sociale et identitaire ». Le lac offre cet espace de respiration vital qui a tant manqué.

2. Le tourisme de mémoire réinventé

Il rappelle que le tourisme lémanique historique (XIX^e siècle) était déjà fondé sur la santé et la nature. Aujourd'hui, il ne s'agit pas de nostalgie, mais de réinventer cet héritage pour répondre aux besoins actuels de **reconnexion à soi**.

- **Le goût du territoire** : Il souligne l'incroyable densité de restaurants étoilés autour du Léman (1 pour 30 km² vs 1 pour 285 km² en Suisse), faisant de la gastronomie un levier

d'ancrage mémoriel puissant. On se souvient d'un lieu par ce qu'on y a vu et ce qu'on y a goûté.

3. Les étudiants internationaux : Ambassadeurs à vie

Un atout majeur et souvent sous-estimé de la région est la présence de grandes écoles (comme Glion) accueillant plus de 100 nationalités.

- **L'âge d'or** : Ces étudiants arrivent à un âge charnière (18-20 ans), moment où l'on construit son identité et son indépendance.
- **Lien indéfectible** : En vivant cette période clé au bord du lac, ils développent un attachement émotionnel fort. Ils deviennent les **meilleurs ambassadeurs** de la destination, capables de revenir toute leur vie et de prescrire la région dans leur pays d'origine.

4. La Génération Alpha : Hyper-connectée mais en quête de nature

Joseph Karam conclut sur le paradoxe de la prochaine génération de touristes (Génération Alpha, née après 2010). Bien qu'nés avec un écran dans les mains, ils chercheront précisément ce que la technologie ne peut pas offrir : la tranquillité, la vue réelle et la vie du vivant.

- **Le lac comme équilibre** : Le tourisme lacustre offre cet « équilibre fragile mais profondément humain » qui permet de se ressourcer loin de la foule et du bruit.

Synthèse de la Discussion Finale : Oser l'impact positif et le sens

1. Une démarche collective au-delà du tourisme

Laurie Souvignet approfondit la notion de **tourisme régénératif** en l'inscrivant dans une démarche globale portée par la **Convention des Entreprises pour le Climat (CEC)**.

- **Décloisonnement** : L'enjeu est de sortir le tourisme de son silo. En s'associant à 1600 entreprises de tous secteurs, le tourisme peut devenir un levier pour résoudre des problèmes sociétaux comme la santé ou le logement.
- **Exemple concret** : Le problème de parking du Centre des Congrès d'Aix-les-Bains a été transformé en opportunité. Plutôt que de construire un parking, l'agence démarche des entreprises déjà engagées dans la RSE pour leur proposer des séminaires « sans voiture », en cohérence avec leurs valeurs.

2. Gestion de la contrainte et réglementation

Rémi Planton illustre comment la contrainte climatique devient un moteur de gestion des flux à Bisca Grands Lacs.

- **Régulation pragmatique** : Suite aux incendies de 2022, l'accès à la forêt est désormais réglementé selon l'hygrométrie et la chaleur. C'est une forme de « fermeture des pistes » appliquée à l'été.
- **Zones sanctuarisées** : Pour protéger la biodiversité (comme l'Isoète de Bory) et réduire l'empreinte carbone, des zones sont interdites aux bateaux à moteur ou au mouillage sauvage. L'objectif à terme est de dédier le Lac Nord au 100% zéro carbone et de réserver le Lac Sud (zone de reconversion pétrolière) aux activités motorisées en transition vers l'hydrogène.

3. Le « Tourisme de Sens » et la transmission

Joseph Karam insiste sur la nécessité de transmettre le **goût du terroir** aux jeunes générations et aux clientèles internationales.

- **Éducation au goût** : Il ne s'agit pas de servir aux étudiants internationaux la nourriture de leur pays d'origine, mais de leur apprendre pourquoi le fromage local a ce goût-là, reflet d'un territoire et d'une histoire. C'est ce qui crée l'ancrage mémoriel durable.
- **Reconnexion** : Rémi Planton confirme que le nouveau positionnement de Bisca Grands Lacs (« Reconnexion à la nature ») répond à ce besoin de sens. La destination ne cherche plus à « faire venir du monde » (la conquête est terminée), mais à accompagner ceux qui viennent déjà vers une consommation plus respectueuse et apaisée de l'espace.

4. Convaincre la chaîne de valeur : un défi de pédagogie

Interrogée sur la difficulté d'embarquer les hôteliers dans cette vision régénérative (alors qu'ils cherchent d'abord à remplir leurs chambres), Laurie Souvignet prône la pédagogie par l'exemple.

- **Sécuriser l'avenir :** L'argument clé est économique : le modèle actuel n'est plus viable à terme. Changer maintenant, c'est sécuriser l'activité future.
- **Expérimentation :** En testant le modèle régénératif sur un site pilote comme le Domaine de Marlioz, l'agence veut prouver par la preuve (résultats en 2026) que la rentabilité est compatible avec la régénération.

Conclusion

La session se clôt sur l'idée que le tourisme de demain ne se mesure plus seulement en nuitées, mais en **impact positif** sur le territoire et en **qualité de lien** avec le vivant. Qu'il soit lacustre ou maritime, le futur du tourisme passe par une acceptation des limites planétaires et une réinvention joyeuse de l'expérience client.