

# Tourisme et attractivité en Ariège

30 septembre 2025 - FOIX

Pierre TORRENTE, directeur du campus  
d'excellence du tourisme pyrénéen, ISTHIA-  
Université Toulouse Jean Jaurès , CERTOP, UMR  
5044, CNRS



- L'activité touristique est un enjeu de développement territorial fort tant dans les pays développés que dans les pays en développement
- Le tourisme est un véritable défi sociétal pour le 21<sup>ème</sup> siècle en particulier pour les Pyrénées et l'Ariège.
- Le processus touristique suppose que le touriste se rende sur le lieu de production
- L'attractivité territoriale en montagne : levier majeur de développement

**Question centrale : comment l'Ariège peut-elle construire son attractivité territoriale avec le tourisme dans un contexte de transition des montagnes ?**

# **Première partie : Comprendre et conceptualiser**

# Le tourisme, une activité majeure pour le développement des territoires?

Lecture historique du phénomène:

4 **fondements** essentiels pour qu'un déplacement devienne touristique:

- le temps libre
- les moyens financiers
- la liberté de se déplacer
- la liberté pour les populations locales d'accueillir

18<sup>e</sup>/19<sup>e</sup> siècle: Le temps de  
« l'hivernage »

A cette époque, quelques aristocrates et bourgeois des classes aisées, voire moyennes sont venus, tels des élites, des privilégiés séjourner l'été en montagne et l'hiver en bord de mer. Si nous tentons de comprendre la structuration de cette activité à cette époque, **cinq principes se dégagent**

:



Photo extraite de « L'hiver dans le Midi », Les villégiatures du XVI<sup>e</sup> au XXI<sup>e</sup> siècle, Un panorama du tourisme sédentaire, Marc BOYER.

1/

La condition  
climatique



2/

La durée du  
séjour



3/

La fidélisation  
de la clientèle



4/

La présence de  
commerces/  
services



5/

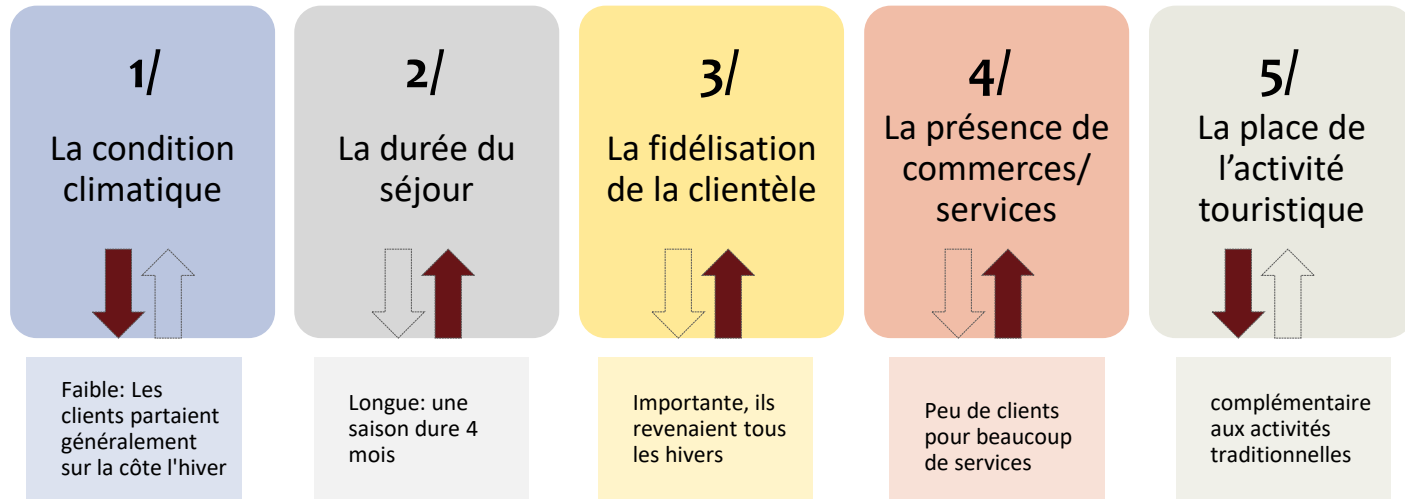
La place de  
l'activité  
touristique



# Vers la mise en évidence du cycle touristique (1)

*l'élite*

18<sup>e</sup>/19<sup>e</sup> siècle: Le temps de  
« l'hivernage »



Nous pouvons dire que la période de l'hivernage fut celle où l'activité touristique était le **mieux maîtrisée** ou plus exactement **la moins risquée**.

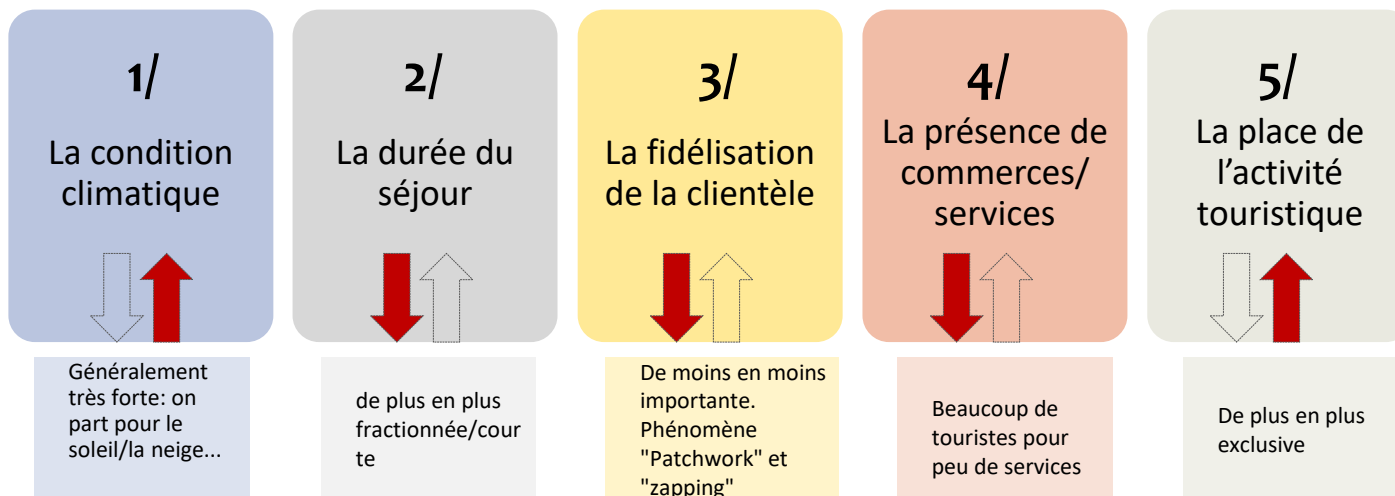
C'est à cette occasion aussi que nous avons pu constater **que le tourisme pouvait participer au processus de développement sur un territoire** : aménagement de l'espace, création de services, d'emplois, d'une dynamique nouvelle sur le territoire d'accueil, attractivité, notoriété...

# Vers la mise en évidence du cycle touristique (2)

la masse



Epoque du « tourisme du plus grand nombre »



*Le tourisme du plus grand nombre est un phénomène complexe à cerner, et de plus en plus difficile à maîtriser. Si le tourisme est aujourd'hui reconnu comme un secteur économique, l'impact plus large de son activité, quant au développement généré, reste à questionner.*

# Un cycle touristique en deux phases



## 1/ Création d'une destination

- ✓ Structuration du territoire en matière de produits et de services touristiques
- ✓ Développe l'image et la notoriété du territoire

## 2/ La masse rejoint l'élite

- ✓ Développe une approche quantitative de l'activité touristique
- ✓ Modifie l'offre touristique pour l'ouvrir au plus grand nombre.

Vers un autre territoire ou une autre forme de tourisme.

## Scénario 1 : Vers une répétition du cycle touristique

Fin du cycle: *La masse*

Formes de tourisme actuelles



- Développement d'un tourisme du plus grand nombre.
- Place de l'environnement naturel fragilisé
- Qualité de service touristique fragilisée

Phase 1: *L'élite*

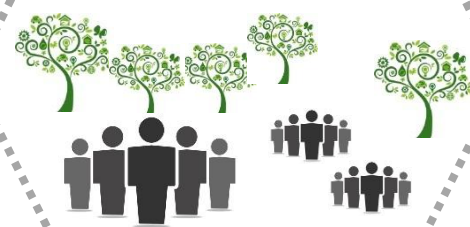
Nouveau territoire ou  
Nouvelles formes de tourisme



- Politique stricte de régulation des flux et développement d'un tourisme dit « alternatif »
- Clientèle peu nombreuse
- Enjeux du développement durable privilégiés

Phase 2 : *retour de La masse*

Tourisme du plus grand nombre



- Perte de maîtrise des flux
- Risque de déstructuration sociale
- Consommation excessive des ressources
- Perte de la qualité et du nombre de service

# Scénario 2 : Vers la transition touristique des territoires

## Phase 1 : *La masse*

### Formes de tourisme actuelles



- Développement d'un tourisme du plus grand nombre.
- Fuite de l'élite
- Place de l'environnement naturel fragilisé
- Qualité de service touristique fragilisée

## Phase 2: *L'élite*

### Nouveau territoire ou Nouvelles formes de tourisme



- Politique stricte de régulation des flux et développement d'un tourisme « haut de gamme »
- Peu de développement d'infrastructure et d'activités
- Enjeux du développement durable renforcée

## Phase 3 : *L'élite & La masse cohabitent*

### Les défis du tourisme



- Politique de développement touristique maîtrisé et évalué
- Gestion durable des ressources, du territoire et des populations
- Développement d'activités et de services

**Deuxième partie :**  
**Réflexions pour une montagne en**  
**transition et attractive**

## Quelques éléments de contexte

(Hagimont–Torrente–2019)

- La montagne constitue sans aucun doute un atout majeur pour le développement et le rayonnement des territoires.

Elle est aujourd'hui de plus en plus convoitée pour ses qualités environnementales mais aussi pour ses savoir-faire, souvent de grande qualité.

- La montagne a longtemps constitué un espace qui était considéré comme peu attractif voire repoussoir. La curiosité des explorateurs qu'ils soient aristocrates, scientifiques ou aventuriers et la connaissance des lieux de la communauté montagnarde a fait de cet espace délaissé, un terrain de convoitise que le développement du tourisme a su à la fois s'en saisir et à en perdre de plus en plus le contrôle.

- Aujourd'hui la situation en montagne s'est complexifiée. D'une activité complémentaire, le tourisme est devenu souvent une mono activité qui a connu son heure de gloire aussi longtemps que le marché était en phase de maturation, que les crises n'atteignaient pas ce secteur, et que les difficultés sociales, écologiques et économiques, notamment dans un contexte de mondialisation, n'apparaissaient pas encore au grand jour.

Les crises, économique, environnementale et désormais sanitaire ne sont pas à l'origine des difficultés de l'économie montagnarde actuelle, elles sont venues accélérer un phénomène qui était en marche depuis plusieurs années.

- Une multiplication sans fin de l'offre touristique, une recherche permanente de l'augmentation de la fréquentation, le délaissement progressif des autres secteurs d'activité, en particulier de l'agriculture, la distanciation progressive des relations entre ville et montagne, entraînant un départ des populations vers la sphère urbaine, et l'aménagement des vallées de montagne autour d'un pôle station sont autant de dispositifs qui ont petit à petit conduit la montagne vers les difficultés actuelles.

# La montagne : une histoire qui témoigne d'un développement complexe

(Hagimont – Torrente – 2019)

Lorsque nous interrogeons l'histoire de la montagne, nous pouvons constater que son développement n'est pas linéaire. Depuis 250 ans, des éléments de crise profonde ont bien souvent été concomitants d'éléments de fort dynamisme, de l'agriculture au tourisme, en passant par les formes de vie. Cette ambivalence des montagnes, entre croissance et déclassement, se comprend au prisme des spécificités locales (sociales, foncières, techniques, environnementales) des territoires et de l'appropriation de dynamiques sociétales plus larges (industrialisation, essor du tourisme, spécialisation agricole, mondialisation, crise environnementale, etc.).

Quelques secteurs d'activités peuvent illustrer ces dynamiques de progression et de déclassement social et économique :

- Une agriculture pluriactive souvent malmenée aux XIXe puis au XXe siècles mais avec des réels atouts productifs aujourd'hui ;
- Une filière bois au fort potentiel, autour de laquelle existent de nombreux savoir-faire, mais qui est encore souvent sous exploitée ;
- Une industrie qui, aux XIXe et XXe siècles a montré, en étant connectée au monde, sa capacité d'innovation et d'exploitation des ressources de la montagne, souvent en difficulté aujourd'hui ;
- Un tourisme dynamique et précurseur dès le XVIIIe siècle, dans lequel des acteurs locaux ont su valoriser des atouts environnementaux locaux (paysages, qualité de la faune, de la flore, du climat, des eaux thermales, lacustres et vives) pour attirer les populations en quête de nature et d'émotions, avant justement de perdre cet ancrage local et de se contenter de répondre aux attentes de la demande sans prendre en compte les enjeux de développement du territoire ;
- Des ressources préservées mais pas toujours valorisées, ce qui semble un atout fort à l'heure où la finitude des ressources, l'artificialisation et la banalisation des espaces deviennent des préoccupations majeures.

Aujourd'hui l'avenir de la montagne doit se développer en prenant en compte trois considérations :

- Une histoire qui montre que la communauté montagnarde a su se construire en valorisant ses propres atouts agricoles, industriels et touristiques,
- La mondialisation depuis le XIXe siècle a en grande partie dérégulé le système montagne,
- Des politiques publiques qui ont plutôt adapté le territoire de montagne aux marchés plutôt que d'adapter l'entrée sur un marché aux attentes du territoire.

## La montagne attractive : faire des différences une force

Nous pouvons ici énoncer quelques-unes des caractéristiques à prendre en compte pour penser la transition du tourisme en montagne et la rendre attractive :

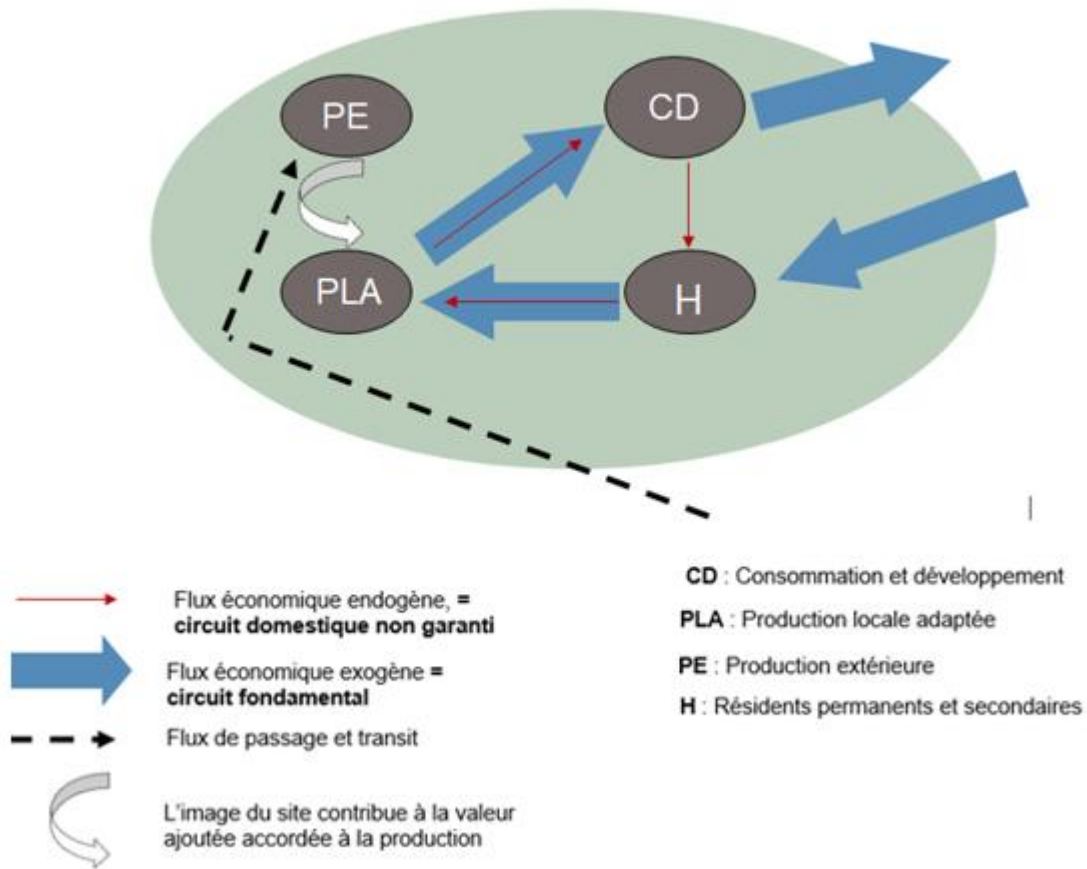
- Une nature préservée de plus en plus convoitée
- Des atouts de la montagne face aux changements climatiques
- Un territoire qui attire les populations et dont elle pourra profiter
- Des ressources variées à valoriser
- Des savoir-faire de qualité
- Une qualité de vie à affirmer

Toutefois, ces atouts de la montagne doivent être travaillés en considérant que nous sommes dans un espace fragile, restreint et complexe. C'est pourquoi, dans une approche mondialisée de l'économie mais aussi sociale et environnementale, la seule réponse possible pour faire de cet espace une montagne où la vie sera de qualité grâce à une économie, notamment touristique, performante et un environnement préservé, est d'inscrire toute politique de la montagne dans un processus d'excellence.

C'est grâce à ce processus que nous pourrons générer de la valeur ajoutée, gérer raisonnablement la ressource, garantir le bien-être des habitants et susciter la convoitise des clients et usagers.

# Quelle stratégie pour la montagne de demain ?

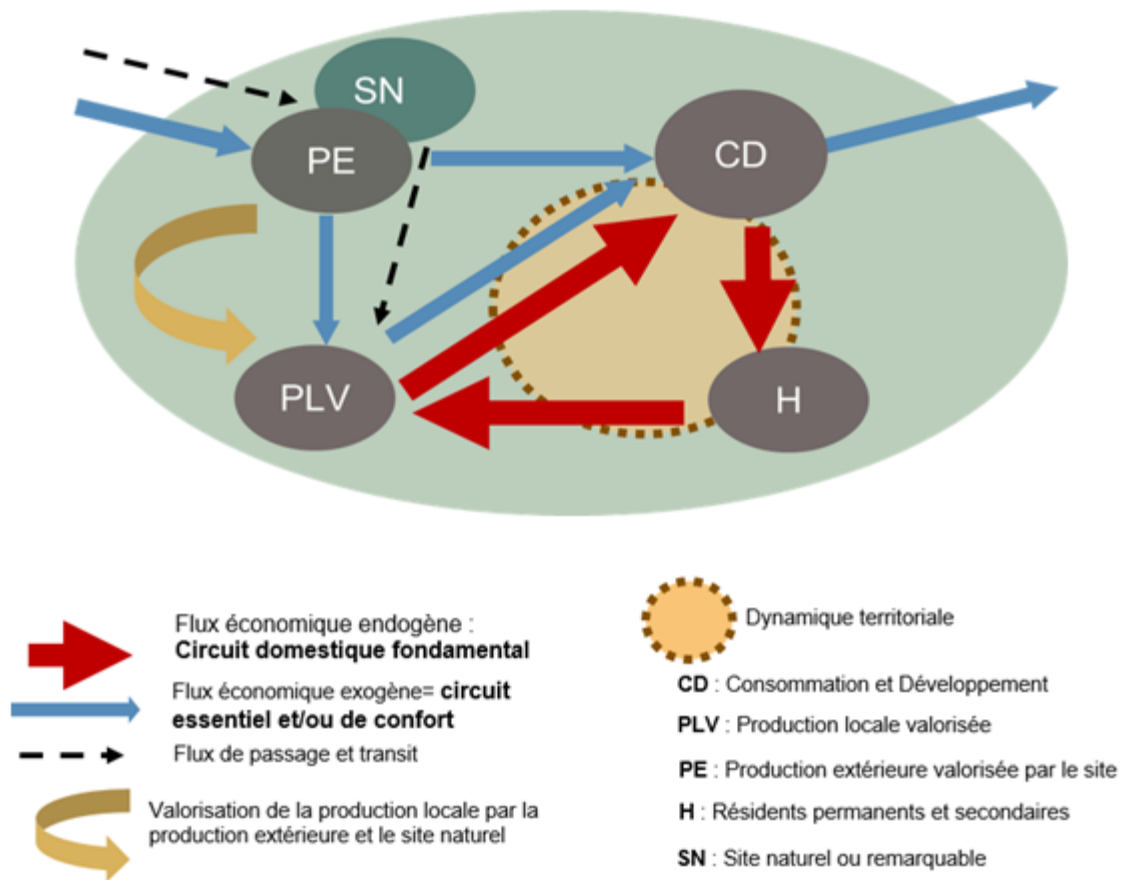
Le développement actuel de la montagne :  
Principe de dérégulation



Source : Pierre Torrente, laboratoire Certop, Septembre 2018

# Quelle stratégie pour la montagne de demain ?

Le développement souhaité de la montagne :  
Principe de régulation



Source : Pierre Torrente, laboratoire ~~Certop~~, Septembre 2018

# Étude de cas : l'Ariège

## Contexte territorial

- Département rural, 153 000 habitants, faible densité (30 hab./km<sup>2</sup>).
- Enclavement, absence d'aéroport, réseau ferroviaire limité.
- Espaces protégés : PNR Pyrénées Ariégeoises (40 % du territoire).

## Atouts

- Patrimoine naturel (Montcalm, GR10, grottes préhistoriques, biodiversité).
- Patrimoine culturel (Forteresses royales du Languedoc, villages, pastoralisme).
- Offre touristique diversifiée : plein air, spéléo, canyoning, VTT, ski, thermalisme.

# Tourisme et attractivité territoriale

- Selon les données du **CRTL Occitanie** et de **G2A Consulting**, le tourisme génère environ **1,2 million de nuitées en été** et près de **900 000 nuitées en hiver**, soit plus de **2 millions de nuitées annuelles** (G2A Consulting, 2024).
- La capacité d'accueil totale est estimée à **45 300 lits touristiques**, répartis entre les hébergements marchands (campings, hôtels, gîtes) et les lits non marchands (résidences secondaires, hébergements familiaux). Les **résidences secondaires représentent environ 30 % du parc immobilier** (INSEE, 2023).
- Le tourisme représente **plusieurs milliers de postes saisonniers**, notamment dans l'hôtellerie-restauration, les stations de ski, le thermalisme et les activités outdoor. Toutefois, ces emplois sont souvent précaires et concentrés sur les périodes de pointe, ce qui souligne la dépendance du département à la saisonnalité touristique (UNAT, 2023).

# Attractivité résidentielle et nouveaux habitants

- L'Ariège attire de nouveaux habitants, souvent en quête de **qualité de vie, de nature et d'authenticité**. Depuis les années 2000, le département connaît une arrivée régulière de **néo-ruraux**, principalement originaires de la métropole toulousaine et d'autres régions françaises (INSEE, 2023).
- La crise sanitaire liée à la Covid-19 a renforcé cette tendance, avec l'essor du **télétravail** et une recherche de résidences secondaires ou principales en milieu rural.
- Cette attractivité résidentielle, en partie liée à l'image touristique du territoire, génère de nouvelles dynamiques : revitalisation de villages, développement de commerces et de services, mais aussi tensions sur le marché immobilier dans certaines vallées.

# Chiffres clés du tourisme ariégeois

Nuitées annuelles : **2,1 millions** (1,2 M été / 0,9 M hiver).

- Capacité d'accueil : **45 300 lits** (dont 70 % résidences secondaires).
- Journées-skieurs : **400 000/an** (Ax 3 Domaines, Guzet, Monts d'Olmes).
- Thermalisme : **70 000 curistes/an** (Ax-les-Thermes, Aulus, Ussat).

**Le tourisme en Ariège ne se limite pas à une fonction récréative : il constitue un vecteur de développement territorial et un facteur d'attractivité résidentielle. Toutefois, cette attractivité repose sur des équilibres fragiles, que menacent des limites et vulnérabilités .**

## Limites et vulnérabilités

- L'Ariège reste un territoire difficile d'accès. Si l'autoroute A66 relie Toulouse à Foix, la desserte routière des vallées de haute montagne demeure limitée par des routes sinueuses et par des conditions climatiques parfois contraignantes.
- Le réseau ferroviaire, concentré sur la ligne Toulouse–Latour-de-Carol, est pittoresque mais peu compétitif en termes de vitesse et de fréquence (INSEE, 2023)
- Cet enclavement constitue à la fois un frein au développement touristique et un atout pour la construction d'une image de « territoire préservé »
- Comme dans de nombreux territoires de montagne, l'économie touristique ariégeoise est marquée par une forte saisonnalité. Les emplois sont en majorité peu qualifiés (UNAT, 2023).
- Cette instabilité professionnelle limite les retombées sociales positives du tourisme et rend difficile la fidélisation de la main-d'œuvre locale.

- La vulnérabilité climatique constitue sans doute le principal défi pour l'avenir du tourisme ariégeois. Le **recul de l'enneigement** fragilise les stations de ski, déjà de taille modeste et orientées vers une clientèle de proximité. Selon les projections de Météo-France et du CNRS, le nombre de jours d'enneigement devrait diminuer de 20 à 40 % d'ici 2050 dans les Pyrénées centrales (Cournède & Georges, 2021).
- Au-delà du ski, le changement climatique affecte également les paysages, la biodiversité et la disponibilité en eau, autant d'éléments constitutifs de l'attractivité touristique. Ces évolutions imposent une réflexion sur la diversification des activités et sur la transition vers des modèles plus durables.
- L'attractivité croissante de l'Ariège – tant touristique que résidentielle – génère de nouvelles tensions. L'arrivée de néo-ruraux et le développement du tourisme résidentiel entraînent une pression sur le foncier et sur les services publics dans certaines vallées.

**Les élus locaux doivent arbitrer entre la volonté de développer l'économie touristique et la nécessité de préserver les paysages, les ressources naturelles et la qualité de vie des habitants.**

## Défis actuels de l'Ariège

- La relation entre Attractivité et Durabilité reste un équilibre fragile.
- Comme tous les territoires, l'Ariège doit gérer les pressions environnementales (changement climatique, ressources limitées).
- L'Ariège doit intégrer les risques socio-économiques (emploi précaire, dépendance saisonnière) d'une activité touristique trop prédominante
- L'Ariège, pour que le tourisme participe à l'attractivité, doit penser diversification et innovation dans tous les secteurs d'activités.

# Vers une transition touristique pour une Ariège attractive

- **Diversification touristique:** randonnées, VTT, observation faune, thermalisme, ski, patrimoine.
- **Écotourisme et tourisme régénératif :** gîtes écologiques, circuits courts, tourisme participatif.
- **Complémentarité avec agriculture et pastoralisme :** agro-tourisme, fêtes de la transhumance, valorisation des produits locaux ...
- **Le pastoralisme** comme ressource paysagère et identitaire
- **Innovation & gouvernance :** rôle central des collectivités et du PNR Pyrénées Ariégeoises, coopération multi-acteurs.

La montagne dispose de nombreuses potentialités pour affronter, comme elle a su le faire par le passé, les nombreux défis climatiques, environnementaux, démographiques et économiques.

Pour développer la montagne et accompagner la transition du tourisme, il faut :

- la comprendre dans sa complexité, connaître ses différences et en faire sa force.
- imaginer un écosystème avec l'ensemble des parties prenantes. Cela passe notamment par la restructuration économique et sociale de la montagne en inscrivant de nouveau l'activité touristique en complémentarité des autres secteurs d'activité et en faisant de la pluriactivité et la polycompétence des populations le socle de l'organisation sociale.
- il faut désormais faire cohabiter sur les territoires de montagne des espaces de tourisme de masse qui permettront d'accueillir le plus grand nombre (ce pourrait être le rôle des stations) et des espaces avec des formes de tourisme plus réduites en nombre de visiteurs et avec des pratiques différentes comme l'écotourisme (cela pourrait servir à irriguer l'ensemble du territoire)

**L'enjeu du 21ème siècle et de la transition est davantage de rendre durable le tourisme de masse que d'essayer de rompre avec celui-ci.**

**Pour cela, une vraie réflexion sur une approche sociale du tourisme est nécessaire. La durabilité a un coût et particulièrement dans l'espace montagnard restreint et fragile.**

**C'est à ce prix qu'une société dite développée permettra au plus grand nombre de profiter des vacances de manière équitable, et aux populations locales de continuer de vivre en montagne.**

# Perspectives et conclusion pour l'Ariège

- L'Ariège comme **laboratoire du tourisme durable en montagne**.
- Faire coexister attractivité touristique et résidentielle.
- Le tourisme doit s'inscrire dans une approche systémique

**En définitive, L'enjeu pour l'avenir est de construire une stratégie touristique intégrée, articulant mobilité, hébergement, activités, transition écologique et attractivité résidentielle. Cette gouvernance doit dépasser les logiques communales ou sectorielles pour affirmer l'Ariège comme un territoire cohérent et lisible sur le plan touristique.**

**En définitive, l'avenir du tourisme ariégeois dépend de sa capacité à s'adapter aux mutations climatiques et sociétales. L'attractivité de l'Ariège doit se construire en passant d'un modèle fragile et saisonnier trop centré sur le tourisme à un modèle diversifié, durable, régénératif qui prend appui sur l'excellence.**

**MERCI DE VOTRE ATTENTION**

