

Paris, 13 novembre 2018

## Le tourisme dans les villes moyennes Réalités et potentiels

**Les destinations urbaines constituent l'un des segments les plus dynamiques du tourisme mondial. En France comme ailleurs, la ville est un des tout premiers espaces de fréquentation en nombre de séjours, le premier pour les clientèles internationales. Si cet attrait s'exerce pour les métropoles et grandes capitales régionales, qu'en est-il pour les villes moyennes\* ?**

À l'occasion de la journée « Quel tourisme dans les villes moyennes ? » organisée par le CGET, Villes de France et Atout France, ont été présentés les résultats des études menées en partenariat par les 3 entités.

L'enquête réalisée dans une quinzaine de villes moyennes révèle que ces dernières disposent de sérieux atouts pour les visiteurs, qui peuvent y vivre une expérience complète : leur ambiance, leur patrimoine, leur ancrage dans un terroir et un territoire les différencient les unes des autres et leur confèrent une identité propre. Moins standardisées que les grandes agglomérations, à taille humaine et faciles à appréhender, elles constituent aussi des destinations rassurantes, notamment pour les familles, et offrent aux clientèles un sentiment d'intimité avec les lieux mais aussi avec les habitants. Les visiteurs internationaux disent quant à eux y expérimenter de manière plus authentique la « vie à la française ».

Les villes moyennes de France, au nombre de 450, accueillent ainsi 28% de la population française et **le tourisme y génère déjà plus de 10 milliards d'euros de dépenses.**

Le potentiel reste important à condition de s'adapter aux attentes actuelles... L'étude révèle ainsi que les villes moyennes doivent par exemple fortement miser leur offre patrimoniale et culturelle, faciliter l'accès en voiture ainsi que les aménagements favorisant les modes de déplacement doux mais également proposer une importante variété d'activités (shopping, cafés/restaurants, animations) ou encore plus investir sur le digital . A ce titre, le programme Action cœur de ville, déployé par le ministère de la Cohésion des territoires, en incitant les acteurs du logement, du commerce et de l'urbanisme à réinvestir les centres villes pour favoriser le maintien ou l'implantation d'activités, joue un rôle majeur.

À destination des élus et des techniciens, cette nouvelle publication propose une série de leviers et de pistes permettant à chacun de se situer et d'adapter sa stratégie de développement pour mieux renforcer son rayonnement.



Marketing touristique n°47  
Collection « Rendez-vous en ville »

Cet ouvrage est  
disponible à la vente :  
au tarif de 24,95 €

en version PDF  
sur [www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)

en version papier  
[www.ladocumentationfrancaise.fr](http://www.ladocumentationfrancaise.fr)

\* Villes de 15 000 à 100 000 habitants  
ou siège de préfecture avec une  
population inférieure à 20 000  
habitants

■ **Contact presse :**

■ **Atout France :** Stéphanie CADET - 01 42 96 70 75 - [stephanie.cadet@atout-france.fr](mailto:stephanie.cadet@atout-france.fr)