

73,1

millions de personnes ont visité les musées parisiens en 2014, selon l'Office du tourisme et des congrès de Paris.
million people visited Paris museums in 2014, according to the Office du Tourisme et des Congrès de Paris.



Pause photo devant la pyramide du Louvre, à Paris. Aux côtés de ces monuments emblématiques, la ville promeut des trésors plus confidentiels.
A picture taken in front of the Pyramide du Louvre, Paris. Alongside these iconic monuments, the city is promoting lesser-known treasures.

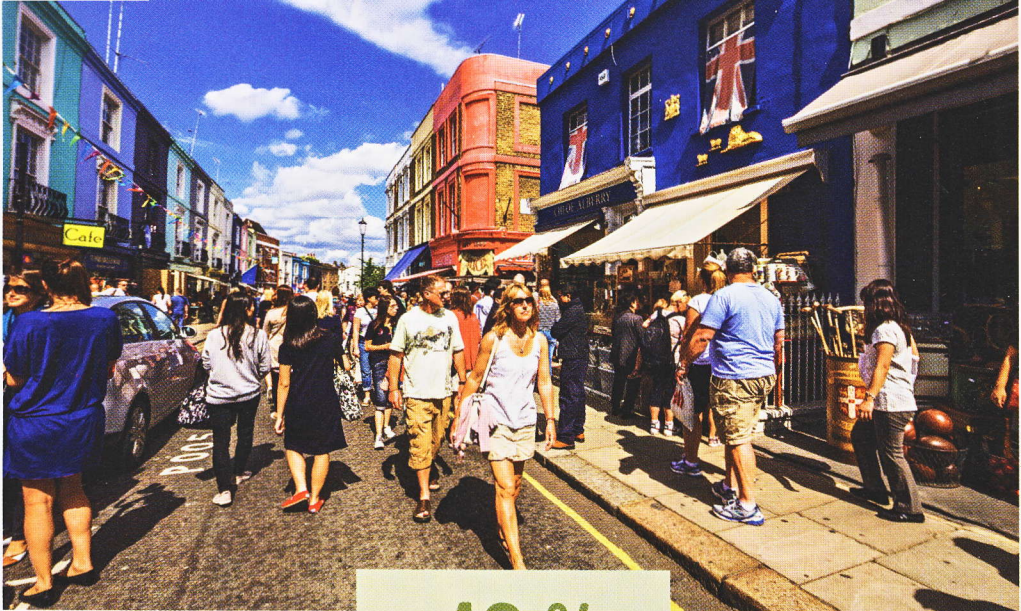
Depuis mars dernier, la vie d'Antonio a changé : « recruté » par L'Alternative urbaine, une association visant à remettre le pied à l'étrier à des personnes éloignées du marché de l'emploi, il attend les curieux à la sortie du métro Belleville. Trois fois par semaine, il les entraîne dans une balade de deux heures, jusqu'à la gare de l'Est. « *Je ne suis pas un guide au sens traditionnel du terme, mais plutôt un éclaireur urbain* », prévient ce grand gaillard. Une fois les présentations faites, le petit groupe se met en route vers un immeuble Art nouveau. Au fond de la cour, La Java, salle de concert qui a vu débiter Édith Piaf, monte toujours la garde. « *Sauf qu'aujourd'hui, elle accueille, en plus des musiciens, des réunions politiques !* » sourit Antonio. Au fil des rues et des jardins cachés, le passé et le présent, témoins d'un quartier en transition, jouent au ping-pong sous le regard des promeneurs invités à

découvrir des ateliers d'artistes ou un magasin de chaussures d'occasion dont les prix varient selon les jours de la semaine. Ce parcours poétique dans un Paris resté longtemps à l'écart des circuits traditionnels n'est pas le seul à figurer au catalogue de L'Alternative urbaine. Outre le 10^e et le 20^e arrondissement, déjà à l'affiche, le 11^e et le 13^e devraient prochainement faire l'objet de visites organisées par d'autres éclaireurs urbains.

PRIVILÉGIER L'IMMERSION

Conscients du succès de ces circuits alternatifs, les offices de tourisme des grandes villes du monde se sont engouffrés dans la brèche. Aujourd'hui, ils ne se contentent plus de promouvoir les sites « tarte à la crème » – les Champs-Élysées à Paris, Broadway à New York, la porte de Brandebourg à Berlin. Ils misent aussi sur un tourisme plus collaboratif, plus confidentiel mais aussi plus dynamique et attractif. « *Nous*

travaillons avec plus de 2000 associations et entreprises dont nous faisons la promotion sur notre site dans une rubrique Paris autrement », met en avant Véronique Potelet, du service communication de l'Office du tourisme et des congrès de Paris. Visites botaniques, balades en voitures de collection, circuits cinématographiques figurent ainsi en bonne place sur le site. « *Voir la ville hors des sentiers battus fait partie des demandes des voyageurs*, commente Isabelle Frochot, spécialiste en marketing du tourisme et enseignante à l'Université de Savoie. *Nombre d'entre eux ont l'habitude de voyager; ils parlent des langues étrangères et n'entendent plus être considérés comme des touristes lambda.* » Pour les professionnels du tourisme, l'enjeu tient aussi à faire des voyageurs les propres acteurs de leur séjour et de leurs découvertes. La Grande-Bretagne est pile dans la tendance lorsqu'elle invite ses visiteurs chinois, via la campagne



© ATLANTIDE PHOTO TRAVEL / CORBIS

● ● ● « Great names for Great Britain », à renommer une centaine d'attractions britanniques, sur un site créé pour l'occasion. C'est ainsi que le célèbre gratte-ciel connu comme « The Gherkin » se transforme en « Xiao Huang Gua » ! Quant à l'Office national du tourisme japonais, il a lancé il y a quelques années un programme d'e-learning pour sensibiliser les agences de voyages du monde entier à sa culture et à ses richesses.

Certaines capitales vont encore plus loin en s'essayant au tourisme dit participatif. Le principe ? Favoriser l'échange entre visiteurs et résidents. À Bruxelles, en Belgique, Allison Oostendorp en a fait son cœur de métier : « *Je coordonne le réseau des greeters de la capitale, une association où les bénévoles cherchent à communiquer leur passion pour un lieu ou un sujet en accompagnant les touristes de passage en dehors des circuits traditionnels.* »

POUR LES FANS DE PHOTO OU DE SHOPPING

Le développement de circuits décalés et immersifs est aussi porté par une multitude de petites entreprises innovantes, qui voient le jour partout sur la planète. À Porto, au Portugal, les architectes Gui et Pedro, créateurs de The Worst Tours, empruntent les chemins de traverse pour montrer comment la crise a abîmé cette ville splen-

42 %

des parts de marché du tourisme international étaient détenues par l'Europe en 2013, selon l'OMT.
of international tourism market shares were held by Europe in 2013, according to the WTO.

dide. À Johannesburg, en Afrique du Sud, les sorties en vélo dans le township de Soweto font eux aussi de plus en plus d'adeptes. Et pour inciter les touristes en partance de Jérusalem à faire un arrêt à Tel-Aviv avant de mettre le cap sur les plages, le Bauhaus Center de la capitale israélienne a conçu des circuits commentés par des spécialistes. Ces derniers mettent en évidence la richesse des bâtiments construits par des architectes formés par le Bauhaus, en Allemagne. « *La multiplication des séjours courts, longs week-ends et brèves escapades, facilitée par le développement des vols low cost et les promotions des grandes compagnies aériennes, nous oblige à proposer sans arrêt de nouveaux produits pour garder une longueur d'avance* », observe Raphaël Lucien. En 2012, il a créé, avec sa partenaire, 1 Day in Paris pour promouvoir la capitale de la mode. Pendant quatre heures, les *fashion victims* enrôlées dans le Paris

Londres reste la première destination touristique en Europe.
London remains the leading tourist destination in Europe.

foreign languages and don't want to be seen as an average tourist."

For tourism professionals, the challenge is also about travelers taking more initiative for their stay and their activities. Britain was spot on when, through the "Great names for Great Britain" campaign, it invited Chinese visitors to rename a hundred British attractions on a dedicated website. Thus the famous skyscraper known as The Gherkin became Xiao Huang Gua. A few years ago, the Japan Tourist Board also launched a global e-learning program for travel agencies to raise awareness about Japan's culture and riches.

Certain capitals go even further, venturing into "participatory" tourism, a new idea for promoting exchanges between visitors and residents. In Brussels, Belgium, Allison Oostendorp has made this her primary business: "I coordinate the capital's network of greeters, an organization of volunteers who communicate their passion for a place or subject by guiding tourists outside the traditional circuits."

FOR FANS OF PHOTOGRAPHY OR SHOPPING

The development of offbeat and immersive tours is supported by a