

# Tourisme festif

## Le concept & objectif

Le tourisme festif permet de découvrir l'univers d'une ville avec ses amis à travers sa vie nocturne durant un séjour relativement court allant de 3 à 5 jours. Sa clientèle est âgée de 18 à 35 ans et choisit en général des destinations « à la mode ».

Ce type de tourisme permet d'attirer des visiteurs durant toute l'année ce qui règle en partie le problème lié à la saisonnalité car les touristes ont tendance à dépenser plus d'argent que les locaux. Il donne également une opportunité de rencontre plus directe entre les visiteurs et les résidents.

Le tourisme nocturne favorise le développement des villes tant au niveau culturel qu'au niveau social et économique. Effectivement, aujourd'hui la plupart des jeunes adultes voyageant à travers l'Europe recherchent une destination connue pour son côté festif. Si la destination possède cette image, elle attirera donc une certaine foule qui viendra y dépenser une somme importante d'argent. Les touristes choisiront également ce type de destination car ils savent qu'ils pourront y rencontrer d'autres personnes attirées par faire la fête. Le tourisme festif s'imprègne de l'image de base que l'on a de la destination. Grâce à cela, les touristes ressentiront l'âme de la ville également à travers ses soirées. Le tourisme festif permet ainsi de dynamiser les destinations en les rendant plus attrayantes.

Figure 1 : Vegas Party



Source : 8tracks.com, 2013

## Le tourisme festif, un marché concurrentiel

Pour devenir une destination prisée par les touristes adeptes des pistes de danse, les villes sont en compétition et établissent des concepts distincts.

L'Espagne, avec ses villes incontournables comme Madrid, Barcelone ou Ibiza, joue beaucoup sur sa diversité d'ambiance et sur la présence de D.J à la renommée internationale. De plus, l'organisation des villes espagnoles est en adéquation avec le monde de la fête. En effet, les discothèques ont l'autorisation d'être ouvertes jusqu'à 6 ou 7 heures du matin et les métros et les bus circulent pendant toute la nuit.

En Allemagne, Berlin joue sur une réputation plus « underground », la renommée de sa musique techno ainsi que sur leur réseau de transport de qualité. L'office du tourisme berlinois propose également un site Web qui permet aux visiteurs de trouver le club le plus à même de répondre à leurs envies.

D'autres villes comme Las Vegas font de la fête le centre névralgique de leur attrait touristique. En effet, dans ce genre de ville tout est fait pour favoriser le développement de ce type de tourisme. Amsterdam de son côté s'appuie sur sa tolérance et sa sécurité.

Toutes ces villes sont donc en concurrence et proposent des arguments différents afin d'attirer le plus de touristes festifs car ceux-ci sont enclins à dépenser plus facilement et représentent par conséquent un marché florissant. Le marketing joue un rôle important car les destinations doivent cibler clairement la clientèle en fonction des attentes et des besoins de celle-ci. En effet, les clients ne sont pas les mêmes pour Berlin que pour Saint-Tropez.

### En Suisse

La Suisse développe un tourisme festif dans les stations de montagne tels que Verbier, Nendaz ou encore Davos. Les grandes villes suisses sont également exposées au tourisme nocturne. Des villes comme Lausanne ou Zurich disposent de nombreuses offres festives. Toutefois, les infrastructures ne sont pas adaptées en conséquence, la circulation des réseaux de transports urbains étant limitée durant la nuit. Il y a aussi un grand nombre de restrictions imposées par les politiques comme par exemple l'heure de fermeture des bars et boîtes pour limiter les tapages nocturnes. De plus, la vente d'alcool est interdite après 21 heures ou 22 heures en fonction des cantons.

La Suisse a un grand potentiel dans le domaine du tourisme festif. Il est donc nécessaire qu'il y ait une collaboration entre tous les acteurs concernés allant du politicien jusqu'au dirigeant des boîtes.

### Sources

Drenca, S. (2013, 22 février). Zoom sur le tourisme festif. *The Menlook Tribune*. Récupéré sur : <http://tribune.menlook.com/2013/02/22/9365-zoom-sur-le-tourisme-festif/>

Derelle, C. (2013, 13 septembre). Le tourisme festif vous entraîne au bout de la nuit. *Réseau Veille Tourisme*. Récupéré sur : <http://veilletourisme.ca/2013/09/23/le-tourisme-festif-vous-entraîne-au-bout-de-la-nuit/>

Trotter, C. (2008, 16 juillet). Dancefloor generates electricity at London's first eco-disco!. *Inhabitat*. Récupéré sur : <http://inhabitat.com/green-a-go-go-at-londons-first-eco-disco/>

8tracks.com (2013, 23 mai). Vegas Party. Récupéré sur: <http://8tracks.com/mark-faviell/vegas-11-30-pm>