

# Quelles ÉVOLUTIONS des PRATIQUES TOURISTIQUES à l'horizon 2040 ?

## ÉTAT des LIEUX

### France

La France est la (ou une des) première destination touristique mondiale mais a du mal à fidéliser la clientèle étrangère.

Les Français effectuent des séjours moins longs et partent moins à l'étranger. Leurs destinations privilégiées sont l'Europe du Sud et l'Afrique.

Parmi les facteurs déterminants des pratiques touristiques actuelles et à venir, on compte :

- le contexte géopolitique ;
- l'utilisation d'internet pour la préparation des séjours ;
- la destination qui prime sur le type d'hébergement ;
- l'évolution du pouvoir d'achat, en lien avec le coût de l'énergie ;
- le changement climatique.

### Savoie

La Savoie reste la première destination française pour les sports d'hiver mais elle a plus de mal à attirer de la clientèle l'été (près de -15 % de nuitées en 10 ans).

Malgré la forte disparité entre l'est (montagne) et l'ouest du département (plaines, lacs,...), le tourisme est un pilier de l'emploi et de l'économie du département. L'enjeu est d'assurer sa pérennité tout en diversifiant un modèle fragile encore majoritairement dépendant du produit ski.

Quels

## FUTURS POSSIBLES ?

### Modalité 1

*La France reste une destination touristique prisée mais ne fidélise pas les nouvelles clientèles*

Les pratiques touristiques restent dans la continuité des tendances actuelles. Une diversification de l'offre pour répondre à la demande s'impose.

**Conséquences pour la Savoie vues par des acteurs locaux :**

La neige détermine le choix de la clientèle, mais la diversification des activités touristiques est indispensable.

La Savoie conserve ses parts de marché grâce à l'augmentation du nombre de touristes dans le monde.

### Modalité 2

*Le tourisme est en berne*

La baisse du niveau de vie et la diminution du temps libre impliquent moins de voyages touristiques, notamment une diminution des séjours des seniors.

Les loisirs à la maison ou près de chez soi et la pratique des jeux-vidéos se développent en compensation.

**Conséquences pour la Savoie vues par des acteurs locaux :**

- Effondrement de l'économie et paupérisation de la population savoyarde
- Apparition de friches touristiques : nécessité de reconversion du territoire

### Modalité 3

*Les touristes étrangers et français plébiscitent la France pour son climat et la qualité de son offre*

La France est une destination privilégiée, plus particulièrement l'été, pour des touristes étrangers fidélisés.

La recherche de l'originalité et des sensations fortes pour les séjours et les activités est privilégiée.

**Conséquences pour la Savoie vues par des acteurs locaux :**

- Fort besoin de développement des services
- Pression foncière, avec un risque de banalisation du territoire et de perte de la qualité de l'offre

### Modalité 4

*« Zénitude » et tourisme de proximité*

Changement radical des attentes des touristes :

- Recherche du calme et du bien-être, développement personnel.
- Rejet de la foule, des plages et des pistes surpeuplées.

**Conséquences pour la Savoie vues par des acteurs locaux :**

Cette option ne permet pas de préserver le modèle économique actuel ...même en étant réactif et en développant les produits adéquats ? Elle permet par contre aux stations de moyenne montagne de se repositionner.

# L'ÉTAT des LIEUX DÉTAILLÉ

## France

**Accroissement du nombre de touristes dans le monde (> 1 milliard)**

### Destination France

- 1ère destination des touristes étrangers selon les arrivées et en 3<sup>ème</sup> place pour les recettes. La provenance principale est l'Europe (env. 70%), avec une augmentation de la clientèle européenne et asiatique (+9,9%).
- Le nombre de nuitées et les dépenses des touristes sont en hausse (+ 6,2 %).

### Touristes français:

- 70 à 75 % des Français partent en voyage pour des motifs personnels – mais les voyages sont plus courts. On constate une baisse du nombre de voyages à l'étranger, pour lesquels les destinations principales sont l'Europe du Sud et l'Afrique (malgré une baisse pour l'Afrique depuis 2011).
- D'après l'enquête «les vacances réussies aux yeux des français» (2012), la mer reste la 1<sup>ère</sup> destination (56 %) suivie de la campagne (20 %) puis de la montagne (18 %).
- Les choix d'hébergement en séjour se répartissent comme suit :
  - non marchand : 71 % ;
  - marchand : 29 % (-3,7 % ou points ?) dont hôtels 10 % (-2,8) - location 9,5 % (+4,5) - camping 5,5 % (+0,8).
- 10 % des Français passent par des professionnels pour l'organisation de leurs vacances.

### Tendances des pratiques touristiques

Les aspirations restent structurellement orientées vers l'exceptionnel, l'insolite, le plaisir, le culturel, la gastronomie, le bien-être physique, la diversité de l'offre, la convivialité et les rencontres. Le développement de soi est un nouveau potentiel. Une sensibilité croissante pour l'éthique, l'environnement, le développement durable se manifeste. Il faut également prendre en compte les nouvelles structures familiales (tribus, intergénérationnel...). Internet devient le média de référence, facilite l'autonomie et la recherche du bon rapport qualité prix, pour pouvoir consommer plus ou voyager plus loin pour moins cher. Dans 80 % des cas, le choix de la destination intervient avant celui de l'hébergement. Les agences de voyage s'adaptent, l'offre en ligne se développe, de même que des stratégies et un dimensionnement prix plus personnalisés : low-cost, packaging à la carte, hybridation, coproduction des prix voire marchandage. L'attente de prestations verrouillées (risque «zéro») est forte.

La clientèle des pays émergents représente un fort enjeu, mais semble difficile à fidéliser par un tourisme français de moins en moins compétitif. On recense aujourd'hui seulement 48 % de clientèle satisfaite pour les BRIC (Brésil/Russie/Inde et Chine).

### Incertitudes pouvant affecter l'évolution des pratiques touristiques :

- les conséquences du changement climatique ;
- la durée de temps de travail et l'âge de départ à la retraite ;
- le pouvoir d'achat et le niveau de vie ;
- le coût de la mobilité ;
- le contexte géopolitique ;
- le développement des loisirs à la maison.

## Savoie

La France est la première destination mondiale pour les sports d'hiver (en journées skieurs) et la Savoie la première destination française, mais elle a plus de mal à attirer de la clientèle l'été, surtout en montagne.

Le suivi du nombre de nuitées l'illustre clairement :

- 2002-2003 : 31,7 millions (hiver : 21 / été : 10,7)
- 2011-2012 : 33 millions (hiver : 22,3 / été : 9,2)

On constate une disparité forte entre l'est (montagne) et l'ouest du département (plaines, lacs,...) beaucoup moins valorisé.

L'économie touristique est un moteur important sur le plan de l'emploi et financier. Elle contribuerait à 50 % PIB de la Savoie, chiffre souvent cité mais qui demanderait à être actualisé.

### Enjeux pour la Savoie :

- faire évoluer, adapter et consolider un système touristique pilier de l'économie du département mais sensible à de nombreux facteurs de contexte en évolution et à la concurrence internationale ;
- développer le tourisme d'été et d'intersaison.

# Les FUTURS POSSIBLES DÉTAILLÉS

## Modalité 1 - La France reste une destination touristique prisée mais ne fidélise pas les nouvelles clientèles

La pratique des touristes reste dans les tendances actuelles, peu d'éléments extérieurs venant les modifier : pas d'effets trop brutaux du changement climatique, les coûts de la mobilité restent supportables.

Les touristes des pays émergents font un premier séjour en France mais ne reviennent pas.

Pour les touristes français :

- les destinations restent sensiblement dans le même rapport et dépendent du contexte géopolitique (notamment en Afrique) ;
- vers l'étranger les solutions « clés en main » sont favorisées ;
- en France, les locations et la famille restent les hébergements principaux.

Il y a eu une diversification de l'offre pour répondre à la demande mais la destination montagne se maintient péniblement en été.

### Conséquences pour la Savoie vues par des acteurs locaux

- La Savoie a su s'adapter aux nouvelles attentes de la clientèle (le modèle actuel est déjà celui de l'adaptation aux nouveaux usages)
- La neige est toujours ce qui détermine le choix de la clientèle, bien que les activités touristiques soient très diversifiées : il est indispensable de poursuivre le travail sur la qualité de l'enneigement, comme sur la diversification des activités touristiques.
- Les parts de marché sont conservées grâce à l'augmentation du nombre de touristes dans le monde, et non par hausse d'attractivité ; a contrario d'autres pensent que l'attractivité intrinsèque au territoire est forte.
- Les besoins de contemplation, liés au développement de soi et à la recherche de bien-être sont déjà fortement présents. Il convient de poursuivre le développement de l'offre touristique y répondant.

## Modalité 3 - Les touristes étrangers et français plébiscitent la France pour son climat et la qualité de son offre

La France est une destination privilégiée des touristes étrangers, plus particulièrement l'été, au détriment des autres pays méditerranéens (à cause du changement climatique). Tous les lieux (mer, campagne, montagne) sont recherchés car des mesures de protection ont permis de sauvegarder le cadre de vie. La France sait attirer et fidéliser la clientèle étrangère, notamment des pays émergents.

On assiste à une augmentation du nombre de séjours et de leur durée du fait de l'augmentation du niveau de vie dans le monde. La mobilité n'est pas un frein.

Les touristes français choisiront les pays nordiques comme destination l'été – ils choisiront la France pour les intersaisons.

La recherche de l'originalité, de l'imprévu, des sensations fortes reste un moteur pour les séjours et les activités.

### Conséquences pour la Savoie vues par des acteurs locaux

La poursuite et le développement de l'attractivité touristique du département nécessitent un développement fort des services à destination de la clientèle, qui entraîne – voir accentue – la pression foncière.

La population locale est alors en partie contrainte de quitter le territoire soit parce qu'elle a vendu ses biens immobiliers, soit parce qu'elle n'a pas les moyens d'acheter.

La multiplication de l'offre et la fréquentation massive de la Savoie fait d'elle un parc d'attraction, au risque d'une perte de qualité de l'environnement et donc de l'offre.

Le développement suscite des besoins de formation des professionnels qui accueillent cette clientèle massive afin de garantir la qualité de l'offre de service.

## Modalité 4 - « Zénitude » et tourisme de proximité

Cette option envisage un changement radical des attentes des touristes. Ils recherchent le calme, la nature, le bien-être et ils pratiquent beaucoup de stages sur le développement de soi. On assiste à un rejet de la foule et des plages et pistes surpeuplées.

Les hébergements dans la nature (maison dans les arbres, camping à la ferme et autres...) se développent au détriment des hôtels. Les hébergements en gîtes, chambre d'hôtes, refuges sont aussi recherchés. La mobilité devient un frein par son coût élevé : la France accueille moins de touristes étrangers et les Français voyagent moins à l'étranger.

### Conséquences pour la Savoie vues par des acteurs locaux

Ce modèle économique ne peut pas faire vivre la Savoie comme aujourd'hui car il n'est pas assez lucratif. Par conséquent, l'offre de services ne sera pas suffisante faute de ressources et les produits risquent de manquer. Il permet par contre aux stations de moyenne montagne de se positionner et de trouver un modèle touristique.

Les produits à développer et à promouvoir seraient le ludique, l'itinérance, le nouveau temps lent du tourisme : des marchés de niche ?

La nécessité d'améliorer les accès se fera également sentir.

## Modalité 2 - Le tourisme est en berne

Les Français réalisent moins de voyages touristiques car ils disposent de moins de temps libre (retour aux 39 h – retraites à 70 ans) ; les séjours des seniors en particulier diminuent.

La baisse du pouvoir d'achat (coût élevé de la mobilité et de la vie) conduit à une baisse de la durée des séjours, une augmentation des séjours dans l'hexagone et dans la famille, au développement des vacances à la campagne et en camping, au développement de l'échange de résidences.

Les touristes étrangers boudent la France excepté les plus riches qui ont « acheté » les sites « les plus prisés et sauvages ».

Internet est devenu l'outil de référence pour l'organisation des vacances et l'achat des séjours : les séjours « clés en main, risque zéro avec activités condensées » sont les plus recherchés.

Les loisirs à la maison ou près de chez soi et la pratique des jeux-vidéos se développent.

### Conséquences pour la Savoie vues par des acteurs locaux

Cette option envoie la Savoie « dans le mur » car son modèle économique repose sur le tourisme. L'économie savoyarde (touristique mais également dans les secteurs liés tels que l'artisanat, le BTP et l'agriculture) s'effondre. Cela conduit à un exode de la population du territoire qui n'a plus d'emplois et à une paupérisation de la population restante.

Des friches touristiques se développent.

Une reconversion (telle que la Lorraine l'a connue avec les bassins miniers) est nécessaire à un nouveau départ : un nouveau modèle économique est à construire.



**DIRECTION DÉPARTEMENTALE DES TERRITOIRES DE SAVOIE**  
*Service prospectives territoriales*

Avec l'appui de :



## SOURCE DOCUMENTAIRES

- Les 4 pages n° 27 de juillet 2013 et n° 28 d'août 2013, Ministère de l'économie, Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services.
- *Nouvelles perceptions de la valeur des offres touristiques : impacts pour les opérateurs*, Ministère de l'économie, Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services, février 2010.
- *Non la France n'est pas championne du monde de Tourisme*, interview de Jean-Pierre Nadir, PDG du site Easyvoyage, site web Challenges, 26/08/2013.
- *Adaptation au changement climatique et développement durable du tourisme*, Ghislain Dubois et Jean Paul Ceron, TEC, pour le Ministère délégué au Tourisme, mai 2006.
- *L'adéquation de l'offre touristique française à la demande étrangère*, Ministère de l'économie, Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services, mai 2012.
- *Le tourisme français de moins en moins compétitif*, site web l'Echo touristique, 7 mars 2013.
- *Les vacances réussies aux yeux des Français*, Sondage Harris, juin 2012.

*Savoie 2040 est une démarche de prospective territoriale commanditée par le Préfet de la Savoie, et réalisée avec la participation d'acteurs institutionnels locaux.  
Cette fiche est issue du diagnostic prospectif (2014) qui identifie des facteurs de changement déterminants pour l'avenir de la Savoie, sous forme de questions, et imagine des futurs possibles à l'horizon 2040. C'est un travail très exploratoire, sans tabous, qui ne vise pas à définir des futurs souhaitables ou à éviter, ni à relayer des politiques publiques.*

*Il n'est pas le fait de spécialistes, mais d'un travail bibliographique de l'équipe projet Savoie 2040 et d'un travail en atelier avec les partenaires de la démarche: il est à utiliser comme un questionnement sur l'avenir du territoire et non comme une référence formelle sur les sujets traités.*