



## Tourisme

# Une saison touristique 2021 entre incertitudes et adaptation

“ A quelques semaines du déconfinement annoncé par le président Macron, les opérateurs touristiques français préparent la reprise de leur activité. Marqués par une année 2020 bouleversée par la pandémie de coronavirus, ils devront s'adapter aux nouvelles attentes des touristes. ”

Cela fait déjà un an. Un an que le secteur touristique, qui représentait à lui seul 8 % du PIB brut de la France, est quasiment à l'arrêt. D'après les chiffres fournis par ADN Tourisme, entité née en mars 2020 de la fusion des Offices de tourisme de France, de Tourisme & territoires et Destination régions, le secteur a perdu en l'espace d'un an près de 90 milliards d'euros. Première destination touristique au monde, la France fait fatalement partie des pays les plus touchés. « Tous les secteurs ont été impactés : le tourisme d'affaires, l'événementiel, l'hôtellerie, la restauration ou encore le tourisme culturel. Citons aussi l'activité de montagne qui n'a tout simplement pas pu exister cet hiver », détaille Christophe Marchais, directeur général adjoint d'ADN Tourisme.

**Des situations contrastées suivant les régions**  
Deuxième région touristique française, Auvergne-Rhône-Alpes fait partie des régions les plus touchées de notre pays. En un an, les pertes estimées s'élèvent à 10 milliards d'euros d'après les chiffres fournis par Auvergne-Rhône-Alpes



Lionel Flassueur, directeur d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.

Tourisme. « Comme tout le monde, nous étions complètement à l'arrêt de mars à juin. L'été a démarré doucement mais 63 % des professionnels du secteur touristique régional se sont montrés satisfaits. La clientèle, à 92 % nationale et à 42 % régionale, a permis de compenser l'absence de clientèle étrangère qui compte habituellement pour 21 % de nos touristes. À partir de septembre, puis avec le deuxième confinement, les choses se sont de nouveau compliquées. La fermeture des remontées mécaniques pendant la période hivernale s'est révélée catastrophique et l'activité reste en berne en ce début de printemps », raconte le directeur de l'organisme, Lionel Flassueur.

**Grands espaces et logements individuels privilégiés**

Au contraire, d'autres régions ayant habituellement une activité touristique plus modeste ont su tirer leur épingle du jeu. C'est le cas de la région Bourgogne-Franche-Comté qui a accueilli l'an dernier 4 % des séjours des Français et s'est même payé le luxe de devancer la Corse, l'Île-de-France ou encore les Hauts-de-France d'après les données de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme. « Nous faisons partie des régions qui ont le moins subi de pertes malgré l'absence de touristes belges, néerlandais, allemands et suisses qui représentent normalement 30 % de notre clientèle. Nous avons compensé par une clientèle de proximité venue d'Auvergne-Rhône-Alpes, du Grand-Est et d'Île-de-France. Mais surtout, nous avons vu notre population régionale se réapproprié son territoire », confie Sophie Ollier-Daumas, directrice de l'institution. Après un premier confinement qui a éprouvé les Français, le besoin de grands espaces et de déconfinement s'est rapidement fait sentir. Et pour cela, pas



Christophe Marchais, directeur général adjoint d'ADN Tourisme, entité née en mars 2020 de la fusion des Offices de tourisme de France, de Tourisme & territoires et Destination régions.

forcément besoin d'aller bien loin ou de gagner le littoral, traditionnellement surfréquenté pendant l'été. « Cette nouvelle tendance, conjuguée aux difficultés de voyager à l'étranger, a profité à des départements habituellement peu fréquentés des touristes comme la Lozère, l'Aveyron ou le Jura. De nombreux Français ont pu y découvrir les joies de la randonnée ou du cyclotourisme. Les lacs ont également été pris d'assaut par une clientèle de proximité », confirme Christophe Marchais d'ADN Tourisme. Autre phénomène observé par les professionnels du tourisme : un attrait pour l'hébergement de particulier à particulier comme Airbnb, plus en phase avec la recherche de sécurité sanitaire des Français que l'hôtellerie qui, en Auvergne-Rhône-Alpes par exemple, a perdu 80 % de son chiffre d'affaires en un an.

**Un tourisme plus bienveillant en 2021**

Dernière tendance née durant cette période de crise sanitaire : la prise de conscience de l'essoufflement du modèle touristique classique. Désormais, de nombreux Français lui préfèrent un tourisme plus durable, répondant à une approche bienveillante qui questionne autant le mode de transport que la relation du touriste à la nature. « Il s'agit d'une durabilité non pas au sens écologique du terme mais plutôt en lien avec l'idée de se faire du bien. Le tourisme de demain ne sera plus aussi industriel, il sera au contraire plus durable car les Français ont besoin de redonner du sens à leurs vacances », estime Sophie Ollier-Daumas de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme. Une démarche dans laquelle s'inscrit totalement l'agrotourisme, secteur que les opérateurs du tourisme souhaitent aujourd'hui soutenir massivement. En 2021, la Région Auvergne-Rhône-Alpes a ainsi ajouté 2 millions d'euros supplémentaires au budget de 14 millions d'euros qui lui est consacré. La Région n'avait d'ailleurs pas attendu la crise du coronavirus pour miser sur le tourisme bienveillant : une plateforme, tourisme-bienveillant.org, recense déjà les acteurs qui contribuent à ce tourisme nouvelle génération qui devrait être encore plébiscité à l'été 2021. Après s'être adaptés l'an dernier, les opérateurs du tourisme s'efforceront de répondre à ces nouvelles attentes, même si l'incertitude demeure encore sur la levée des restrictions de circulation et la mise en place d'un éventuel passeport sanitaire. Comme l'an dernier, la tendance devrait en tout cas être à la réservation de dernière minute. 60 % des Français affirment aujourd'hui être dans l'attente des nouvelles mesures avant de choisir leur lieu de villégiature. ■

Pierre Garcia

VACANCES / Secteur fortement touché en 2020, le tourisme rural pourrait bien retrouver des couleurs au cours de la saison 2021.

## Tourisme rural : une saison pleine d'espoir

Passer enfin à autre chose que des confinements et des restrictions sanitaires en lien avec la Covid 19, c'est ce qu'espèrent les professionnels du tourisme en ce mois d'avril. L'année 2021 avait plutôt bien commencé mais c'était sans compter sur l'annonce de nouvelles mesures de restriction. « Depuis février, nous avions repris espoir avec des taux de réservation revus à la hausse. Mais l'annonce de ce troisième confinement, pendant les vacances de Pâques, nous a conduits à des centaines d'annulations... C'est une nouvelle descente aux enfers », déclare Véronique Duchalais, directrice de Gîtes de France Drôme. Un sentiment partagé par Pascal Bos, président de l'association régionale Auvergne-Rhône-Alpes et vice-président de la Fédération nationale des Gîtes de France. « Le 1<sup>er</sup> avril, le lendemain de l'annonce du troisième confinement, nous avons enregistré, au niveau national, 50 000 annulations de contrats, soit une perte de 25 millions d'euros (M€). Cela a été un coup dur pour les propriétaires. Pourtant, le début d'année n'avait pas été mauvais, notamment en Isère et dans les

Savoie, malgré la fermeture des remontées mécaniques. »

**« J'ai confiance pour la saison à venir »**

Malgré tout, les professionnels du tourisme gardent espoir, et enregistrent peu à peu des réservations pour l'été. « Depuis la mi-avril, nous sentons que les gens commencent à se projeter pour les mois à venir. Pour l'instant, notre chiffre d'affaires est de +5 % sur le mois de juillet, de -6 % sur le mois d'août par rapport à 2020. Mais nous ne sommes pas inquiets, les gens prennent le temps de voir comment les choses évoluent », explique Véronique Duchalais. Même son de cloche pour le réseau Bienvenue à la Ferme, par le biais de son représentant régional Hervé Roux : « Ça commence à bouger. Ce n'est pas encore le grand boom, les gens sont dans l'attente de la feuille de route pour la levée progressive des restrictions sanitaires. Malgré tout, j'ai confiance pour la saison à venir ». Un espoir mêlé de doutes. « Actuellement, en termes de réservations, nous sommes au moins comme à une

année dite « normale », voire légèrement au-dessus pour les mois d'été », ajoute Pascal Bos. Quelques incertitudes demeurent toutefois pour les mois de mai et de juin. « Au niveau des hébergements, tout est prêt. Les interrogations persistent toutefois sur la restauration, les fermes auberges, etc. », prévient Hervé Roux.

**Envie de se mettre au vert**

Cependant, le tourisme rural subira cette année encore l'absence des touristes étrangers : allemands, hollandais, belges, suisses, etc. « Nous espérons donc que la clientèle française aura envie de se mettre au vert », poursuit Véronique Duchalais. Selon Hervé Roux, « avec les fermetures de frontières dans certains pays, il y a de grandes chances que les vacanciers français se déplacent dans nos secteurs ruraux. Comme la vaccination ne sera pas encore totale, ils chercheront certainement le calme, la quiétude, qu'offre l'agrotourisme. Ce sont les tendances qui se dessinent, au même titre que l'an passé à la même période. Reste à savoir quand nous pourrions circuler librement sur le territoire français, sans limite de déplacement ». Les

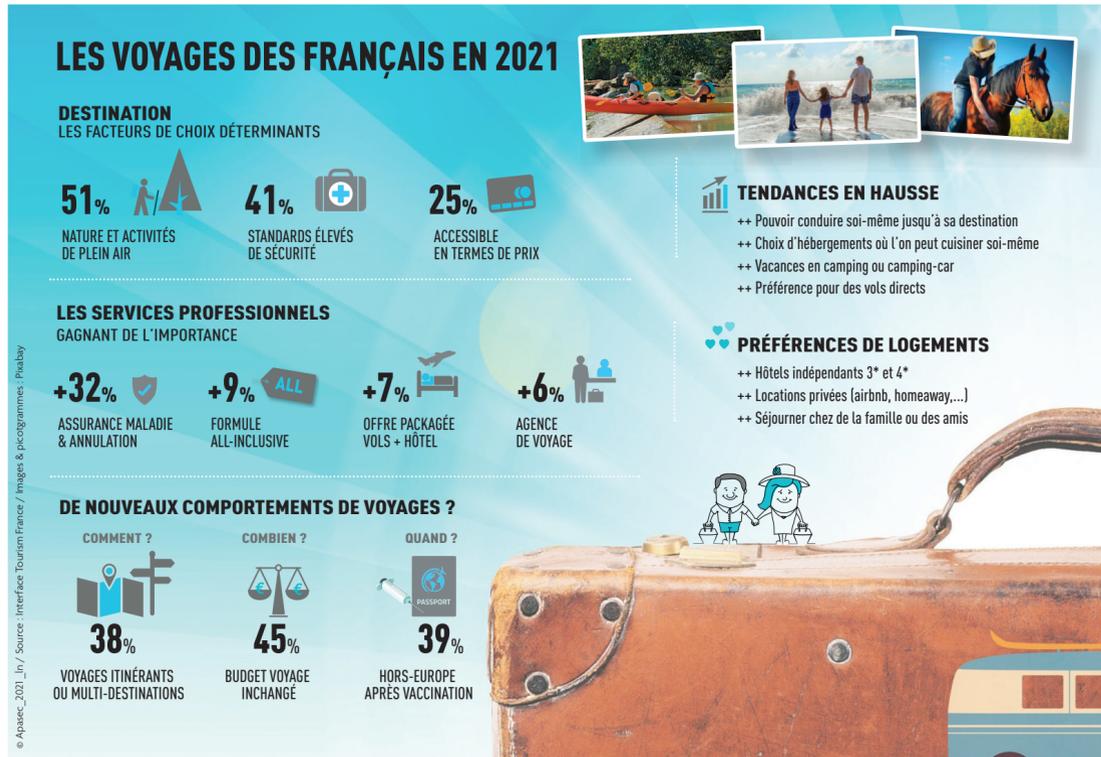


Selon Hervé Roux, responsable de Bienvenue à la Ferme « avec les fermetures de frontières dans certains pays, il y a de grandes chances que les vacanciers français se déplacent dans nos secteurs ruraux ».

perspectives d'une mise au vert et d'un attrait pour les territoires ruraux sont donc plutôt bonnes. « Nous espérons un retour à la terre », conclut Pascal Bos alors que Gîtes de France est implanté à 90 % dans les territoires ruraux. Les

prochaines semaines seront donc déterminantes pour envisager une saison touristique 2021 vraiment sereine. ■

Amandine Prioret



RURALITE / Le secrétaire d'État chargé de la Ruralité, Joël Giraud, a présenté dernièrement le plan d'investissement pour le tourisme en montagne. Une activité intimement liée à l'agriculture, selon Christine Valentin, présidente du Sidam\* et de la commission montagne de l'APCA.

## Montagne : “ Pas de tourisme sans agriculture ”

Après le Jura et les Alpes, Joël Giraud a fait étape, le 26 mars dernier, dans le Massif central pour rencontrer les acteurs du tourisme. En quoi cela était-il important pour vous de porter la voix du monde agricole ?

Christine Valentin : « La mise en place d'un programme montagne pour accompagner le déploiement d'une stratégie touristique plus durable et diversifiée est une bonne chose. À ce stade, il nous paraît essentiel que le ciblage de ce plan d'investissement prenne en compte les territoires non situés au sein des grands sites touristiques et pouvant présenter des opportunités pour développer de nouvelles stratégies touristiques. En effet, au-delà du tourisme, c'est bien l'activité globale de nos territoires ruraux qui est en jeu. Par l'entretien des paysages, la production de produits de qualité, le maintien de la biodiversité, la protection d'espèces remarquables ou encore la préservation d'un patrimoine culturel... l'agriculture et le pastoralisme sont le support d'activités touristiques. Ils doivent

être considérés comme un des piliers des stratégies touristiques mises en place dans les zones de montagne. »

**Ce lien fort entre agriculture et tourisme a-t-il été remis en lumière par la crise sanitaire ?**

C. V. : « Ce lien est fort et d'autant plus pertinent aujourd'hui au regard des objectifs de réorientation des flux touristiques suite à la crise sanitaire, au développement du « slow tourism » et à la réorientation des activités en lien avec le changement climatique pour une diversification de l'offre d'hiver et le développement du tourisme quatre saisons. »

**Quelles actions concrètes préconisez-vous ?**

C. V. : « Au niveau du Sidam (service interdépartemental des chambres d'agriculture du grand Massif central), nous proposons quatre axes de travail. D'abord, la promotion des activités agricoles et pastorales dans l'offre touristique globale en s'appuyant sur les offres existantes : marque



Christine Valentin, présidente du Service interdépartemental pour l'animation du Massif central (Sidam) et de la commission montagne de l'APCA.

touristique des chambres d'agriculture ; accueil, visites, animations et ventes à la ferme ; gîtes et chambres d'hôtes à la ferme ; magasins et marchés de producteurs ; animations estivales et fermes ouvertes... Ensuite, l'amélioration de la qualité des structures d'hébergement par l'accompagnement à l'investissement en prenant en compte la montée en gamme et la mise aux normes des équipements, puis la construction et l'aménagement de nouvelles structures touristiques durables en valorisant le bois d'œuvre local, et enfin le développement des partenariats avec la restauration, les hébergements et les commerçants pour encourager l'approvisionnement en produits locaux et la création de la valeur ajoutée sur les exploitations. ■

Propos recueillis par Sophie Chatenet

\* Service interdépartemental pour l'animation du Massif central.

## Loisirs

### VACANCES NOMADES / Le boom des achats de camping-cars

Est-ce que les vacances nomades représentent « LA » solution pour continuer de profiter du grand air en toute sécurité sanitaire ? Depuis le début de la crise du coronavirus en mars 2020, de nombreux Français font désormais ce choix. Le camping-car, qui représente à lui seul 35 % de l'activité de l'hôtellerie de plein air en France, est d'ailleurs apparu comme l'un des grands gagnants de l'été dernier. En mai, au sortir du premier confinement, 3529 camping-cars et vans neufs ont été immatriculés soit une hausse de 1,82 % par rapport à mai 2019. Dès le premier déconfinement, la demande pour les véhicules de location a fait un bond ! Yescapa, entreprise de location de camping-cars, a enregistré plus de huit mille demandes de réservations en deux semaines, soit 20 % de plus que l'an dernier à la même période. La franchise de camping-car du groupe Avis a pour sa part vu le nombre de réservations quotidiennes doubler depuis le déconfinement par rapport à la même période l'an passé. En juillet-août, les locations avaient bondi de 60 % comparées aux chiffres de l'été 2019. Autre donnée importante : la part de nouveaux clients parmi les locataires, qui a doublé depuis le déconfinement. Nul doute que l'été 2021 devrait confirmer cette belle aspiration pour l'itinérance.

### DÉCOUVERTE / Laissez-vous tenter par le tourisme de savoir-faire

Le « tourisme de savoir-faire », c'est l'autre nom que l'on donne aujourd'hui à la visite d'entreprise. Il s'agit d'un tourisme de sens et de valeurs qui répond à plusieurs enjeux contemporains pour les entreprises et les territoires : engager une communication directe avec les consommateurs, valoriser le made in France et la production locale ou encore développer une nouvelle offre de tourisme culturel partout sur le territoire français. Alors que l'épidémie de Covid-19 incite de nombreux Français à se tourner davantage vers un tourisme de proximité, il représente surtout une bonne idée de sortie pour les prochaines semaines, lorsque l'heure du déconfinement aura enfin sonné. En France, près de chez nous, les possibilités ne manquent pas. Chaque année, plus de deux mille entreprises françaises accueillent quinze millions de visiteurs, une offre que l'on ne retrouve nulle part ailleurs dans le monde. De la découverte d'atelier artisanal à la visite de fleurons industriels, il y en a véritablement pour tous les goûts. Soulignons par exemple l'initiative de Brasseurs de France, partenaire de l'appel à projet lancé par la Direction générale des entreprises. Après un diagnostic du potentiel de la filière, l'objectif est de parvenir dans les trois ans à développer une offre complète de visites partout en France, afin de faire découvrir aux Français les secrets de la production brassicole. ■

Pierre Garcia