

TOURISCOPIE

NUMÉRO 200 - Août / Septembre 2017



LE TOURISME DE MASSE MIS EN ACCUSATION

Que retenir de cet été 2017 si ce n'est cette vague d'anti tourisme qui secoue certaines stations et villes espagnoles et passionne les médias grand public ? Lesquels, soudain, découvrent que le tourisme de masse n'est pas sans poser de problème. Très largement traité et repris sur bon nombre de radios et télévisions dans des débats auxquels Touriscopie a été souvent convié, ce sujet que nous n'avons cessé de traiter depuis 20 ans, constitue bel et bien selon nous, l'urgence des années à venir et répétons-le, un combat d'avant garde et non pas d'arrière garde... Pour son deux-centième numéro, donc pour ses 20 ans d'existence, Touriscopie revient sur le sujet Un sujet complexe, incompatible avec la culture de la performance touristique et la bataille que se livrent les destinations pour accéder aux premières places du palmarès international. Un sujet d'autant plus délicat qu'il contredit en partie les volontés exprimées par les organismes internationaux de développer durablement notre planète et d'en préserver les richesses. Un sujet traduisant somme toute les incohérences de

notre millénaire en proie à un désir effréné de plaisir qui, tel un boomerang se retourne contre lui. Après l'anti tourisme, hélas, il y a en effet eu le terrorisme qui s'est abattu sur une ville festive et insouciant, symbole d'un monde que certains obscurantistes s'acharnent à détruire. Existe-t-il d'ailleurs une relation de cause à effet entre ces deux phénomènes ? Évidemment non. L'hostilité d'une population locale contre une population exogène qui lui dérobe une partie de son territoire pendant quelques semaines dans l'année, n'a rien à voir avec les voitures béliers, la haine et le meurtre. Sauf que Barcelone et ses millions de touristes, en s'imposant dans les médias en tête du hit-parade des destinations touristiques estivales s'est aussi imposée en tête des villes emblématiques à détruire de toute urgence.

Il y a moins de 20 ans quand Touriscopie faisait ses premiers pas en se proposant de comprendre l'esprit du touriste afin d'en exposer les comportements et les aspirations, ce genre de drame était loin de nos pensées. Il était encore plus loin de celles de toute une profession confiante dans l'avenir, marchant vers un futur lumineux éclairé par les premiers écrans de sites internet soucieux d'élargir nos horizons et d'en faciliter l'accès. Les Twin Towers ne s'étaient pas encore effondrées, les geeks commençaient à bricoler dans leurs ateliers de la Silicon Valley et l'on comptait seulement quelque 630 millions de touristes dans un monde qui comptait moins de 6 milliards d'habitants. Sans oser imaginer que dans les années suivantes bon nombre d'entre eux seraient des Chinois.

C'était hier, c'était seulement hier...

Josette Sicsic

Lire pages 1 à 6

Sommaire du Numéro 200. Août /Septembre 2017

Actualités : Crise du tourisme de masse à l'espagnol : Anti tourisme, terrorisme, la Catalogne sur la sellette. *Pages 1,2,3,4.*

Comportements : Entre amour et désamour, le touriste doit se réinventer. ? *Pages 5 et 6.*

Produits : Bien-être : le flou de l'offre et des formations. *Pages 7, 8, 9, 10*

Marchés : Iran, Turquie, Tunisie... : petits arrangements entre tourisme et politique. *Pages 11 à 14.*

Marchés : Le tourisme russe se tourne vers l'Asie et vers son marché national. *Pages 15,16.*

Tendances : Les clientèles asiatiques se mettent au fitness. *Pages 17 et 18.*

Prospective : Notre cœur tendra-t-il toujours vers le sud ? La fin de l'héliotropisme. *Pages 19 et 20.*

UN TOURISME INTERNATIONAL EN GRANDE FORME, MAIS...

Avec 600 000 arrivées en 2016, le tourisme russe en France a repris des couleurs après un effondrement les deux années précédentes. Et, 2017 s'annonce plutôt positif avec une progression des demandes de visas de 70% sur le premier semestre (Sources Atout France). L'heure est donc à l'optimisme. Optimisme aussi du côté des marchés asiatiques, notamment chinois et japonais qui se pressent de nouveau dans la région capitale avec des progressions surprenantes de l'ordre de 20 à 40% au premier semestre. Quant aux touristes nord américains, ils sont aussi au rendez vous... Ce qui renforce la conviction du ministre J.Y Le Drian que la France pourra accueillir 100 millions de touristes en 2020 et surtout leur faire dépenser plus : de 40 milliards, leurs recettes devraient atteindre 50 milliards.

** Bien qu'encourageantes ces progressions doivent être maîtrisées. Elles ne doivent pas masquer non plus la réalité des autres régions. Enfin, elles ne voient pas occulter les petits arrangements entre les marchés amis des destinations qui sont nos concurrentes, dans un monde penchant de plus en plus à l'est...*

Lire pages 11 à 14

LES CHINOIS SHOPPENT MOINS, RIEN DE PLUS NORMAL !

Selon une étude du cabinet Oliver Wyan, la part des dépenses consacrée au shopping baisse à la fois en valeur absolue et en valeur relative pour ne représenter en 2016 que 33% contre 41% en 2015, soit 8% de moins. Et cela, alors même que leurs dépenses touristiques argumentent de 3,5% entre 2015 et 2016. A vrai dire, ces dépenses diminuent sur certaines destinations notamment les USA, le Royaume-Uni et la France. Au Royaume-Uni, cette part est passée de 42% à 33%, et ce malgré, la faiblesse de la livre sterling à la suite du Brexit. Même recul aux USA où le commerce de détail est passé de 41% à 28% et où seulement 5% de la clientèle a désigné le shopping comme sa première motivation.

** Pourquoi cette évolution ? En fait, on trouve d'une part des faits objectifs : les dépenses « daigou » soit celles que l'on fait pour des proches, parents ou amis, sont en recul. En recul aussi, les achats pour son propre compte de la part d'une société de consommation de moins en moins novice, plus éduquée, dont les arbitrages se font en faveur de produits immatériels comme la santé, la forme, via le bien-être et le fitness.*

Lire pages 17 et 18.

FITNESS : UN PRATIQUE DE PLUS EN PLUS POPULAIRE, PARTOUT !

Alors qu'il connaît des progrès spectaculaires en Asie, le fitness connaît également un regain de popularité en Europe : 56,4 millions d'Européens sont membres d'un club de fitness, en augmentation de 4,4% entre 2015 et 2016, sur un total international de 162 millions de pratiquants. La France dénombre 4 000 clubs de fitness parmi les 55 000 clubs en Europe.

Classement	Pays	Nombre d'adhérents	Croissance sur 2015-2016
1	Allemagne	10 080 000	+6.6%
2	Royaume-Uni	9 250 000	+5.1%
3	France	5 460 000	+5.0%
4	Italie	5 250 000	+2.9%
5	Espagne	5 060 000	+2.4%

** Assimilées à des pratiques de santé, musculation, gymnastique, cardio, yoga mais aussi beauté et relaxation ... cette activité mérite de trouver des échos dans l'ensemble de l'offre d'hébergement et de loisirs.*

Lire pages 17 et 18

AUTRICHE : « MENTAL FITNESS... TAKE A RIDE »

Un article du New Yorker sponsorisé par l'office du tourisme autrichien préconise sur fond d'images de nature : « *For mental fitness, take a hike* » (pour vous sentir bien dans votre tête, évadez- vous !). Puis l'article explique que toutes sortes d'études très sérieuses réalisées dans des laboratoires à travers le monde, recommandent de se reconnecter à la nature afin d'être à la fois plus heureux, plus intelligent et en meilleure santé ! Publicité mensongère ? Certainement pas. Le tourisme autrichien a été à la tête d'une offre de bien-être très diversifiée basée à la fois sur des soins et sur la simple mais très efficace reconnection avec l'environnement naturel, loin de nos écrans.

** Année après année, les pratiques de bien-être en version développement personnel ou entretien physique prennent de l'ampleur, se multiplient et se diversifient. Mais, la majorité d'entre elles ne font l'objet d'aucune réglementation et d'aucun contrôle.*

Lire pages 7,8,9,10

UNE ACTUALITÉ TOURISTIQUE A PEINE MOUVEMENTÉE

Dans les semaines passées, l'actualité touristique pure ne semble pas avoir été très fournie. Mis à part les traditionnels reportages sur les richesses de notre douce France et la variété de son offre qu'il convient bel et bien de saluer; peu de nouvelles spectaculaires. Excepté la création par Air France de sa nouvelle compagnie baptisée Joon, laquelle devrait se positionner sur le créneau des Millennials. Le ciel a aussi été défrayé par les annonces de vols low-cost longs courriers sur l'Atlantique nord et sud, dont on ne sait encore s'ils seront rentables. Quelques ouvertures d'hôtels partout dans le monde. Du côté du Brexit,

les informations sont pour leur part encore approximatives. Mais, c'est dans les semaines à venir que nous suivrons et commenterons l'inauguration des grands projets : Les villages nature du groupe Pierre&Vacances/ Center Parcs, le nouveau resort du Club Med à Samoëns... Quant au secteur du numérique, il reste dominé par les ambitions d'Airbnb qui s'octroie de nouveaux marchés comme les Gay et les tentatives de ripostes des grandes chaînes hôtelières.

Mais, du côté de la météo, l'instabilité a été de mise, entre canicules et températures hivernales, entre orages et avis de tempêtes... Ce qui confirme les tristes prédictions des climatologues.

** Malgré le froid du mois d'août, nous estimons pour notre part, que le culte du soleil est en passe de se déliter. Ce n'est pas pour tout de suite, mais pour bientôt.*

Lire pages 19 et 20.

Le futur aux entretiens de Vixouze

Pour ceux qui voudraient tenter d'y voir plus clair sur le futur du tourisme

<http://lesentretiensdevixouze.com/>



BULLETIN D'ABONNEMENT

A retourner à : Touriscopie. 10 place d'Italie - 75013 Paris. Email : emagda@innovapresse.com

Nom abonné principal..... Prénom.....
Organisme..... Tel.....
Adresse.....
Ville..... Code postal.....
Emails 4 collaborateurs.....
.....

Date

Signature ou Cachet

Je m'abonne version numérique au tarif de 399 euros TTC pour 9 n°/an. (TVA : 2,1%)

Règlement :

- Chèque à l'ordre de Touriscopie – 10 place d'Italie – 75013 Paris
- A réception de facture (cachet obligatoire)
- Par virement bancaire : Société Générale Paris Gobelins
Compte : 30003 03350 00026206064 59 - IBAN : FR76 3000 3033 5000 0262 0606 459 – BIC SOGEFRPP

Tourisme et Territoire 10 place d'Italie 75013 Paris - Tél : +33 (0)1 44 61 04 82

Siret 412 963 449 00035 Code APE 5814Z - Tva Intracommunautaire FR54 412 963 449 - SARL au Capital 7 622,45 euros

Service Abonnements

Evelyne Magda Mail : emagda@innovapresse.com

Tél : 01 48 24 81 18 - Fax : 01 42 47 00 76

TOURISCOPIE est un mensuel édité par Tourisme et territoire, SARL au capital de 7622,45 euros.

N° CPPAP : 0112179174-ISSN : 1287-2474

Crédit photos pages 1 - 17 et 36 : 123rf

Directeur de la publication, rédactrice en chef : Josette Sicsic - 10, place d'Italie. 75013 Paris.

Tel. 01 44 61 04 82 - Abonnements : Evelyne Magda - Tel : 01 48 24 81 18 - Site : www.touriscopie.fr