

2020

Mémoire de fin d'études



Tourisme et Coronavirus

CHLOE FUCHS

PROFESSEUR RÉFÉRENT : MADAME EMMA BELL

UNIVERSITÉ SAVOIE MONT-BLANC | Licence Langues Étrangères Appliquées



REMERCIEMENTS

Je tenais tout d'abord à remercier l'entreprise Madame Vacances et son Directeur Monsieur Green, de m'avoir acceptée en tant que stagiaire.

Je remercie en particulier Madame Oldfield et Monsieur Gaboardi pour leur accueil au sein de cette entreprise, bien que ma présence fût de courte durée.

Je remercie Madame Bell, mon professeur référent à l'Université Savoie Mont-Blanc, ainsi que Madame Boulet, professeur en charge des stages, pour leur disponibilité et leurs précieux conseils.

Je souhaite également remercier toutes les personnes qui ont pris le temps de répondre à mon questionnaire qui m'a été d'une grande utilité.

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	4
I – Le tourisme, en France et à l'étranger : tourisme de masse ou tourisme durable ?	7
1) Un peu d'histoire	7
2) Le tourisme dit « de masse », et ses enjeux.....	10
3) Le tourisme durable est-il une alternative ?	17
II – Quel avenir pour le tourisme que nous connaissons ?	21
1) 2020, la crise sanitaire : bref rappel des faits et quelques chiffres.....	21
2) Les mesures mises en place pour sauver le tourisme.....	27
3) Quelles solutions pour l'avenir du tourisme ?	37
4) Pour aller plus loin : sondage et analyse	43
CONCLUSION.....	48
BIBLIOGRAPHIE.....	50
ANNEXES	54

INTRODUCTION

Étudiante en 3ème année de licence, j'ai fait le choix, pour mon premier semestre, d'étudier à l'étranger, à l'Université de la Vallée d'Aoste en Italie.

Dès la fin de ma scolarité en Italie et dans la perspective de mon prochain retour en France, je me suis mise à la recherche d'un stage en entreprise, de préférence dans le secteur du tourisme, secteur qui m'attire particulièrement parce qu'il est dynamique et offre une large palette de possibilités.

De plus, nous avons eu, en deuxième année de la licence LEA, un enseignement porté sur le marketing du tourisme qui avait éveillé mon intérêt pour ce secteur.

C'est ainsi que confiante en mon choix, le 10 mars 2020, je commençais mon stage dans l'entreprise Madame Vacances, société engagée dans le monde du tourisme depuis 29 ans, dont le siège pour la France est à Chambéry, et qui propose une carte de plus de 90 destinations de vacances réparties à travers la France, à la mer, la montagne ou la campagne, dans des chalets privés, résidences de tourisme, hôtels et complexes de villas.

L'histoire de l'entreprise a commencé en 1991 à Méribel lorsque deux britanniques, Richard Green et Roger Borne, poussés par la passion du ski et amoureux des alpes, décident de créer leur société, Eurogroup, et de se lancer dans l'aventure pour devenir gestionnaires d'un restaurant et d'appartements dans le domaine des 3 Vallées. Ils achèteront ensuite un hôtel et l'ascension va se poursuivre.

En 2008, Eurogroup se dote d'une marque et devient Madame Vacances pour être mieux identifié.

Depuis cette époque, Madame Vacances poursuit son développement. En mai 2016, le groupe a ainsi repris la gestion du Château de Candie, hôtel de luxe situé sur les hauteurs de Chambéry, un des fleurons de la marque.

Madame Vacances en quelques chiffres, ce sont 320.000 clients (49 % de tours opérateurs, 51 % de clients directs), 40 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2018, avec une clientèle majoritairement française (65 %) mais également britannique (12 %). La société a d'ailleurs un second siège à Londres.

Elle cible une clientèle de classe moyenne, plutôt familiale. La clientèle typique du tourisme de masse.

Cette entreprise présentait donc des ressources intéressantes pour mes études, avec des clients venant de toute l'Europe, et j'étais sûre de pouvoir pratiquer au moins l'anglais.

Malheureusement, mon enthousiasme était de courte durée puisque dès le 13 mars, mon tuteur m'annonçait que je ne travaillerai pas la semaine suivante et que l'incertitude planait quant à la suite.

Nous nous trouvions confrontés à une situation inédite.

L'entrée en vigueur du confinement le 17 mars venait ainsi mettre brutalement un terme à cette expérience qui aurait pu être très enrichissante.

Dès lors, n'ayant pas pu effectuer mon stage, j'ai choisi de rédiger un dossier sur l'impact de la crise du coronavirus sur le secteur du tourisme.

Le sujet est vaste.

C'est pourquoi, plus précisément, dans ce dossier, je vais m'intéresser à l'effet de la crise sanitaire sur un modèle de tourisme qui a fait ses preuves mais qui est décrié depuis quelques années maintenant, le tourisme dit « de masse », en l'opposant à une forme de tourisme émergente, le tourisme durable.

La problématique est donc : la crise sanitaire actuelle est-elle un facteur qui va conduire à la disparition progressive du tourisme de masse ?

Le tourisme de masse est décrit comme une forme de tourisme qui consiste à des déplacements massifs de populations touristiques vers un même lieu pour un temps court et à des fins de loisirs.

La crise sanitaire actuelle, quant à elle, est l'apparition de la maladie à coronavirus dit Covid19. Ce virus est apparu fin 2019 à Wuhan, en Chine. Nous approfondirons ce sujet plus tard dans ce dossier.

Nous nous situerons principalement en France mais nous aborderons également les autres continents de manière générale.

Pour ce faire, j'ai bien évidemment fait de nombreuses recherches en lien avec mon sujet, essentiellement sur internet, en me basant, à la fois sur des sites d'actualité (Le Monde, Médiapart, etc) et sur des sites officiels, tels que l'INSEE, l'Organisation Mondiale du Tourisme, etc...

Souhaitant aussi personnaliser ma recherche et avoir un aperçu du ressenti des personnes autour de moi, j'ai pris l'initiative – via les réseaux sociaux – d'adresser à un panel de personnes de tous âges un questionnaire anonyme sur le thème « tourisme et coronavirus ». Près de 120 personnes m'ont répondu, ce qui est déjà un échantillon représentatif et permet une première analyse.

C'est une démarche personnelle qui m'a permis d'appréhender de manière plus directe les effets de la crise sur les personnes interrogées et leurs attentes pour la suite.

L'objectif de ce rapport est donc de voir en quoi la crise inédite que nous traversons encore, à l'heure où ces lignes sont écrites, aura modifié les comportements et bousculé les codes de tout un secteur.

Nous verrons dans un premier temps, après un bref historique, en quoi consiste le tourisme dit « de masse », ce qu'il représente en France et à l'étranger, et si une autre alternative, qui consisterait en un tourisme durable, est possible.

Dans un second temps, nous analyserons l'avenir du tourisme en général et du tourisme de masse en particulier, compte-tenu de la crise sanitaire actuelle.

Nous verrons ce qui a brutalement changé en ce début d'année 2020, les mesures mises en place en France, première destination touristique mondiale, pour relancer tout un secteur désormais en grande difficulté, et celles qui peuvent, à plus long terme, être envisagées.

I – LE TOURISME, EN FRANCE ET A L'ETRANGER : TOURISME DE MASSE OU TOURISME DURABLE

1) Un peu d'histoire

La première forme de tourisme apparaît au 18^{ème} siècle en Europe. C'est cependant au 19^{ème} siècle qu'il se développe réellement. A ses débuts, le tourisme était réservé à l'élite. Tout le monde ne pouvait pas se permettre de voyager, soit par manque de moyens, soit par manque de temps.

En France, l'Office National de Tourisme est toutefois créé en 1910, mais son histoire sera courte. Chargé de développer le tourisme dans notre pays, il manque cruellement de moyens financiers. Fragilisé par la crise financière, il disparaît ainsi en 1935 sans avoir pu répondre aux attentes qu'il avait suscitées.

L'année 1936 va marquer un tournant radical, avec le Front Populaire. Léon Blum, alors fraîchement élu Président du Conseil du Front Populaire, va instaurer, le 20 juin 1936, deux semaines de congés payés pour les travailleurs français, contribuant ainsi à la création du tourisme en France.

Les gares parisiennes sont prises d'assaut, sous l'influence du billet populaire de congés annuel créé par le sous-secrétaire d'État Léo Lagrange qui accorde 40 % de réduction sur les transports ferroviaires. Les français vont se ruer en masse vers les plages et la neige.

Peu à peu, ils vont se forger une toute nouvelle culture des vacances, s'appropriant les codes.

C'est ainsi que le tourisme s'est popularisé et que le tourisme de masse a commencé.

De 1936 à 1950, le tourisme continue de se développer rapidement en France, si l'on excepte bien sûr la période de la seconde guerre mondiale.

[1950](#) voit la création du mythique Club Med connu de tous et qui invente un nouveau concept de vacances, le « tout compris ». A l'époque deux semaines en Espagne coûtent l'équivalent de deux mois de salaire d'un cadre supérieur. Ce n'est donc pas donné, mais malgré le prix 2.300 curieux le testeront la première année !

Les premiers guides de voyages apparaissent et notamment le fameux Guide Vert lancé par Michelin devant le développement du transport automobile.

La mythique Nationale 7, aussi appelée « route des vacances », a vu défiler bon nombre de français pressés de prendre le large vers le sud. Ces grands départs en vacances ont créé à l'époque de nombreux embouteillages.

En 1959, en France, on dénombre moins de [vingt millions](#) de visiteurs internationaux.

L'année suivante est celle d'une troisième semaine de congés payés accordés aux travailleurs français, relançant le phénomène, d'autant que dans le même temps se met en place une lente démocratisation du transport aérien, avec la création de la classe touriste et du vol charter.

Dans les années 70 vont apparaître les premiers systèmes centralisés de réservations permettant d'appréhender l'état des stocks, dans un premier temps pour les transports, puis ensuite concernant l'hébergement. Il s'agit en quelque sorte des premiers balbutiements d'un e-commerce, uniquement destiné alors aux professionnels.

Selon les chiffres de l'Organisation Mondiale du Tourisme, créée en 1975, la France est devenue la première destination touristique au niveau mondial depuis les années [1980](#).

Son attrait s'explique par un grand nombre de lieux d'intérêt, une très grande richesse patrimoniale, historique et culturelle, des paysages variés, une gastronomie célèbre, mais aussi des infrastructures développées, tant en termes de transports que d'hébergement.

La France, c'est aussi Paris. L'attrait de la capitale ne se dément pas, année après année (on dénombre 25 millions d'arrivées hôtelières dans le grand Paris en [2019](#) - chiffres Office du Tourisme de Paris).

Notre région attire également les touristes, français ou étrangers. Selon l'observatoire du tourisme Savoie Mont-Blanc, elle est la première destination montagne, hiver comme été, et détient une place de leader au plan mondial pour la pratique du ski.

En 1998, l'apparition du e-tourisme va de nouveau marquer un tournant dans l'histoire du tourisme au plan international. Le développement de l'ADSL dans un premier temps, celui des smartphones dans un second temps, vont permettre de passer outre les intermédiaires.

Désormais, il est possible de préparer, d'organiser et de réserver ses vacances en ligne (Madame Vacances fait partie de ces sites de e-tourisme), mais aussi d'échanger avec d'autres usagers.

Le e-tourisme est omniprésent : agences de voyages en ligne, centrales de réservation, compagnies aériennes, ferroviaires ou de navigation, comparateurs de prix en ligne, sites recensant des avis de voyageurs, blogs et guides de voyage... L'offre est immense et permet une diversification des choix, des destinations.

On assiste également à une évolution de l'offre, notamment en termes d'hébergement, avec la création de plateformes en ligne recensant des annonces (par exemple : hotel.com, expedia...) et l'arrivée du géant américain Airbnb, fondé en 2008, qui permet à tout particulier de s'improviser acteur du monde du tourisme en louant tout ou partie de sa propre habitation, bouleversant ainsi les codes de tout un secteur.

Au niveau mondial, l'évolution se fait différemment selon les pays.

Si l'Europe est le continent qui accueille le plus de visiteurs et qui empoche le plus de recettes en découlant, c'est aussi historiquement celui dont les habitants [voyagent le plus](#), suivi par l'Asie, l'Amérique puis l'Afrique.

Certes il ne faut pas oublier l'impact de la crise économique mondiale de 2009 qui plongera l'économie dans une tourmente financière engendrée par la faillite de l'établissement bancaire Lehman Brothers et la crise des « subprimes ». A cette période, sur fond de récession, le tourisme international marquera un fort ralentissement.

Nouvelle venue dans le monde du tourisme, la Chine a découvert seulement en 2010 le principe du tout-compris lancé en France dans les années 50. C'est un marché évidemment très important, amené à se développer encore.

La Chine est d'ailleurs le pays qui génère le plus de touristes et ce sont eux qui dépensent le plus dans le tourisme, plus de [258 milliards](#) de dollars. Hors d'Asie, la France est leur premier choix de destination. C'est une clientèle à ne pas négliger.

Rappelons brièvement que le poids de l'industrie du tourisme dans le monde, c'est [10 %](#) du PIB mondial, et un emploi sur 10 liés à l'industrie du tourisme.

Nous l'avons vu ci-dessus, l'histoire du tourisme, en France comme à l'étranger, est intimement lié à la vie d'un pays, à son économie, à son évolution sociale et technologique.

Depuis sa naissance et jusqu'à aujourd'hui, cette évolution du tourisme s'est faite de manière linéaire et somme toute logique, jusqu'à ce qu'un grain de sable, en l'espèce un virus extrêmement contagieux et apparu quasiment partout sur le globe, vienne enrayer le mécanisme, menaçant toute une économie.

Il est peut-être l'heure de penser autrement, d'agir autrement, en tenant compte de nouvelles contraintes ignorées jusqu'alors.

2) Le tourisme dit « de masse », et ses enjeux

« Selon l'OMT, 95% des touristes mondiaux se concentrent sur moins de 5% des terres émergées. » <https://lesavaistu.fr/voyage-comment-eviter-le-tourisme-de-masse/>

Un simple chiffre et tout, ou presque, est dit.

Selon Wikipédia, ce phénomène peut être ainsi défini :

« *Le tourisme de masse est un mode de tourisme qui est apparu en raison de la généralisation des congés payés dans de nombreux pays industrialisés, la croissance du pouvoir d'achat, dans les années 1960 permettant aux « masses » populaires, à la part la plus importante de la population, de voyager et de soutenir le secteur économique du tourisme.* »

Rappelons que le tourisme, au sens large, est un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins de loisirs ou pour affaires.

Pour faire simple, le tourisme dit « de masse » consiste quant à lui en des déplacements massifs de populations touristiques vers un même lieu (une ville, un pays ou une région) pour un temps court et à des fins de loisirs.

Si ce concept est né dans les années 1960, on peut faire remonter sa première apparition en [1841](#), lorsque Thomas Cook ([1808-1892](#)), un homme d'affaires britannique, organise un voyage en train entre Leicester et Loughborough, pour 500 militants d'une ligue de vertu antialcoolique.

L'écrivain Martin de Viry [note](#) : « *C'est la première fois qu'on rassemble des gens dans une gare, qu'on les compte, qu'on vérifie s'ils sont bien sur la liste, qu'on déroule un programme.* »

L'histoire du voyage organisé commence, avec la création de la société qui porte son nom.

Pour la petite histoire, c'est l'agence Thomas Cook & Son qui a vendu les billets pour la traversée vers New York à bord du Titanic en [1912](#).

Pendant des décennies, cette société sera un des leaders du marché (2600 agences de voyages dans 15 pays à travers le monde). Cependant, ce modèle a peut-être trouvé ses limites, puisque l'entreprise est déclarée en faillite en septembre [2019](#).

De nombreux facteurs ont contribué au développement d'un tourisme dit de masse ; nous pouvons citer, entre autres, la hausse du niveau de vie, le développement des agences touristiques et de l'hôtellerie (apparition des villages de vacances), de meilleures infrastructures routières et l'apparition de moyens de transports moins chers (vols charter), etc...

En France, nous retiendrons bien sûr comme cause également l'allongement de la durée des congés payés qui de [1936](#) à 1982, vont passer de 2 semaines, à 3 (en 1956), puis 4 (en 1969) et enfin 5 semaines depuis 1982.

La durée des vacances s'allonge, les français partent plus souvent, mais ces départs en vacances sont traditionnellement sur des périodes précises, ce qui s'explique par le fait que les salariés prennent tous leurs vacances à la même période, généralement entre les mois de juillet et d'août, et l'on comprend aisément pourquoi.

Ce faisant, ils provoquent un afflux dans certains pays ou certaines régions.

La concentration des vacanciers sur des lieux de villégiature limités induit le tourisme de masse.

Quelles conséquences ?

Voyons tout d'abord l'aspect positif de ce tourisme, car même si depuis les années [2010](#), ce tourisme de masse, qualifié aujourd'hui de surtourisme ou d'overtourisme, trouve surtout ses détracteurs, il ne faut pas oublier qu'historiquement, pour les pays touristiques et plus récemment pour les nouveaux venus dans le monde du tourisme, l'afflux de vacanciers est avant tout une manne financière.

Accueillir de nombreux touristes, c'est permettre à un pays, une région, une ville, de dynamiser une économie et de générer des emplois.

C'est le cas aujourd'hui dans les pays en développement, comme en Afrique subsaharienne : 33,8 millions de touristes en [2011](#), 5 fois plus qu'en 1990.

C'est donc un potentiel de croissance important.

Le tourisme c'est :

- Un apport en capitaux étrangers : dépenses des touristes, investissement,
- La modernisation des infrastructures : aéroports, routes, réseau électrique, etc...
- Des créations d'emploi (transports, hôtellerie, restauration...).

Si l'on prend l'exemple de la France, notre pays a bénéficié d'un tourisme de masse qui a permis la création d'hôtels, de centres de loisirs, justifiée uniquement car le nombre de touristes était important dans certaines régions, comme le long de la route nationale 7 où de nombreux hôtels et restaurants ont été construits dès les années 30, cette route étant connue comme « la route des vacances ». La plupart de ces bâtiments n'existent plus aujourd'hui, car avec la création des autoroutes, de moins en moins de vacanciers utilisent cette route.

Désormais montré du doigt, le tourisme de masse présente pourtant également des avantages pour les voyageurs.

En effet, le tourisme de masse permet aux voyageurs de découvrir la culture, les coutumes et tout ce qui fait la particularité du pays d'accueil.

C'est assurément la solution la plus intéressante pour voyager à moindre prix.

En effet, les voyages à forfait sont typiques dans le tourisme de masse. Généralement, les séjours proposés incluent le transport (train ou avion) et l'hébergement, ce qui attire un bon nombre de voyageurs. Les offres proposées sont un atout considérable.

Malheureusement, les conséquences du tourisme de masse ne sont pas que positives et l'aspect négatif prend souvent le pas sur le côté positif.

Notamment, l'impact sur l'environnement est une triste évidence : pollution importante, besoins en énergie et en eau, mise en danger des populations locales.

Selon par exemple l'association « Citoyens de la terre » qui prône un tourisme durable, l'industrie du tourisme pollue, à la fois l'air (production de gaz à effet de serre) et l'eau (déchets). On retiendra un chiffre : un bateau de croisière, ce sont [7 000 tonnes](#) de déchets par an.

Par ailleurs, le tourisme consomme en abondance les ressources naturelles : eau, carburants fossiles, forêts... Par exemple, l'eau alimente piscines ou terrains de golf... Ainsi, on considère que « [400L](#) d'eau douce sont utilisés par jour et par touriste ». Le chiffre est vertigineux.

L'association « Citoyens de la terre » [souligne](#) également que « *si les milieux riches en biodiversité sont les plus populaires auprès des touristes, ils sont aussi les plus sensibles et vulnérables. La sur-construction et sur-fréquentation des zones littorales mettent en péril les récifs coralliens et les écosystèmes, très fragiles. Selon le Programme des Nations Unies pour l'Environnement, sur les 109 pays qui possèdent des récifs coralliens, 90 d'entre eux voient leurs coraux endommagés par les déchets jetés par les touristes. A noter également que les piétinements excessifs provoquent des dégradations réelles lorsque les touristes s'aventurent en dehors des sentiers balisés. Ils le sont pour une raison. Selon le PNUE, sur la côte méditerranéenne, les ¾ des dunes de sables ont disparu suite à l'urbanisation touristique.* »

Des voix se lèvent.

Des hommes au visage masqué en train de taguer, crever les pneus et casser au marteau le pare-brise de voitures de location. La scène a eu lieu à Palma de Majorque, en Espagne.

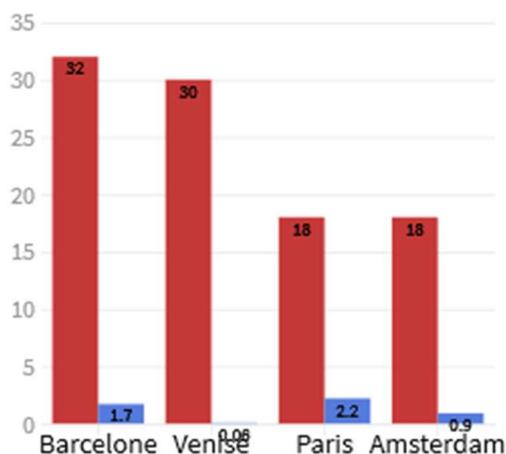


Ces actes de vandalisme ont été filmés et diffusés sur les réseaux sociaux le 5 août 2019 par le mouvement d'extrême gauche Arran, qui milite chaque été contre le tourisme de masse. La [photo](#) ci-dessus, qui est une capture d'écran, est un extrait de cette vidéo.

Pour cette organisation, le tourisme est synonyme de pollution, de dénaturation du cadre de vie et d'augmentation des loyers. Au-delà des actions de mouvements extrémistes, la lutte contre le tourisme de masse s'intensifie, en Espagne comme dans d'autres villes européennes.

Certaines villes sont submergées par le tourisme.

Nombre de touristes par an en millions / Nombre d'habitants en millions



Sur ce graphique, le nombre de touristes est en rouge et le nombre d'habitants en bleu.

Le contraste est saisissant.

On comprend alors très bien à quel point le tourisme de masse peut mettre en danger les destinations touristiques.

Source : Statista, Mastercard - David Pauget / RFI

L'exemple le plus frappant reste Venise. Chaque année, la ville accueille près de [30 millions](#) de visiteurs. Les Vénitiens, eux, ne sont plus que 55 000 (soit un habitant pour 550 touristes !).

Pour la « Sérénissime », classée au patrimoine mondial de l'Unesco, les remous incessants des bateaux abîment ses fondations, de plus en plus fragiles, mettant en péril les monuments.

Comment enrayer le phénomène ?

« Le problème est que, pendant des décennies, les élus ont considéré que le tourisme était forcément bénéfique, sans se préoccuper des conséquences réelles en termes de bénéfices locaux » [explique](#) Saskia Cousin, anthropologue, spécialiste des questions de tourisme. « Le problème, ce ne sont pas les touristes, mais la mise en œuvre de régulations. Aucune ville n'accepterait une industrie sans aucune norme et régulation. Or, avec les croisières et les plateformes type Airbnb, c'est bien ce qui s'est passé. »

Aujourd'hui, les villes européennes commencent à réagir face au problème.

Par exemple et toujours à Venise, les images de paquebots hors de contrôle, en juin et juillet [2019](#), avaient fait le tour des réseaux sociaux et relancé les polémiques.

Pour que cela ne se reproduise pas, en août [2019](#), Venise a lancé un appel aux autres ports historiques européens pour qu'ils unissent leurs forces contre les multiples dangers que posent ces énormes paquebots.

De plus, la mairie a décidé que chaque visiteur devrait s'acquitter d'une taxe, comprise entre 2,50 et 10 euros selon la période de l'année, qui servira à l'entretien de la ville. Elle devrait rapporter quelque 50 millions d'euros par an.

Dernièrement, compte-tenu du confinement lié au Covid-19 en Italie et donc exempts de bateaux et de gondoles, les canaux de Venise sont devenus translucides, signe que le tourisme à outrance est néfaste à l'environnement, mais que si on l'aide un peu, la nature ne demande qu'à reprendre ses droits...

À Barcelone, la maire Ada Colau avait déclaré en [2015](#) qu'elle prendrait des mesures pour que sa ville ne devienne pas « *un magasin de souvenirs bon marché* ». Dès lors, les amendes n'ont fait qu'augmenter contre les locations illégales afin de réguler l'activité.

Depuis plusieurs années en effet, la ville voit fleurir des mouvements de contestation contre le tourisme. Les Barcelonais dénoncent notamment le développement sans fin des locations Airbnb, augmentant les loyers, ce qui a pour conséquence de les chasser du centre au profit des touristes.

A Amsterdam aux Pays-Bas, des mesures ont été adoptées en [2018](#) pour freiner le tourisme de masse : les locations sont limitées à 30 jours par an, les taxes touristiques ont été augmenté, les cars touristiques sont désormais bannis du centre-ville.

De plus, cette dernière mesure a influencé la ville de Paris. En juillet, la mairie a décidé que les cars touristiques n'étaient « *plus les bienvenus dans l'hypercentre* ». En outre, depuis janvier [2019](#), les locations sur la plateforme Airbnb « sont limitées à 120 nuitées par an, et un numéro d'enregistrement est exigé. »

A l'instar de celles-citées ci-dessus, dans le monde, un grand nombre de villes très touristiques ont mis en place des mesures contre le surtourisme : Cinque Terre, Santorin, l'île de Pâques, Dubrovnik, Islande, Barcelone, Machu Picchu, l'île de Komodo.

A l'essentiel, ces mesures sont : taxe à la journée, obligation de réserver dans un refuge (Mont-Blanc), quota de visiteurs, fermeture de certains sites, amende pour non-respect des consignes, interdiction des logements type Airbnb dans le centre-ville, temps de séjours limités, temps de visites limités, etc...

Certains lieux, pendant longtemps peu visités, commencent à devoir faire face au surtourisme, mais cependant il reste de nombreux endroits dans le monde qui quant à eux aimeraient avoir des touristes...

Nous l'avons vu, le tourisme de masse, longtemps considéré comme la solution face au marasme économique d'un pays, semble avoir trouvé, depuis quelques années maintenant, ses limites, au moins en Europe.

Alors quelle solution pour l'avenir ? Comment conjuguer tourisme et respect d'un lieu ?

Si le voyageur, l'organisateur du voyage et le pays réceptif se tournent vers un tourisme responsable alors, il se peut que le tourisme continue, pour de longues années, à apporter de nombreux bénéfices tant à l'Homme et à la Terre.

La réponse est peut-être dans un tourisme dit « durable ».

3) Le tourisme durable est-il une alternative ?

Nous l'avons vu, le tourisme de masse est un modèle qui a fait ses preuves, mais dont les limites semblent aussi se dessiner depuis quelques années.

L'alternative peut-elle consister en un tourisme durable, qui s'inscrit dans une démarche de préservation et de mise en valeur des ressources naturelles et du patrimoine culturel d'un territoire ?

Le tourisme alternatif est le nom générique donné aux différentes alternatives au tourisme de masse.

Le tourisme durable n'est pas une pratique à part, ni un marché touristique particulier.

C'est une démarche qui peut être adoptée par tout acteur touristique en intégrant les principes du développement durable dans sa gestion stratégique et/ou l'offre qu'il propose.

L'Organisation Mondiale du Tourisme le définit comme un tourisme qui « *satisfait les besoins actuels des touristes et des régions d'accueil tout en tout en protégeant et en améliorant les perspectives pour l'avenir* ».

La proposition est certes alléchante mais sa réussite repose sur de nombreux critères.

Notamment, le voyageur est largement mis à contribution.

On peut se reporter à l'étude sur le tourisme durable faite en [2017](#) par [Booking.com](#), le leader mondial de la réservation d'hébergements en ligne :

« Le nombre de voyageurs qui choisissent un hébergement respectueux de l'environnement, pour au moins un séjour, pourrait doubler cette année avec 65 % des voyageurs dans le monde qui en expriment la volonté, contre 34 % ayant effectué un tel séjour en 2016. Par ailleurs, 68 % des voyageurs en moyenne ont affirmé qu'ils sont plus susceptibles de choisir un hébergement si celui-ci est respectueux de l'environnement avec : en tête les Chinois (93 %), suivis par les Brésiliens (83 %) et les Espagnols (80 %). Pour 79 % des voyageurs, les considérations écologiques pèsent également dans le choix du mode de transport - 43 % prennent les transports en commun quand ils sont accessibles, 42 % optent autant que possible pour la marche, le vélo ou encore la randonnée et 18 % prennent moins l'avion afin de réduire leur empreinte carbone. »

Pour beaucoup, le voyage durable rime également avec une expérience plus authentique et plus locale. 38% des voyageurs sont d'avis qu'il est important d'acheter des produits locaux pour soutenir les artisans de la région. Aussi, 36% d'entre eux choisiraient en effet un hébergement respectueux de l'environnement pour son authenticité.

Toujours selon l'OMT, le tourisme durable « *est vu comme menant à la gestion de toutes les ressources de telle sorte que les besoins économiques, sociaux et esthétiques puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique, et les systèmes vivants.* »

Aujourd'hui, le tourisme durable permet de partir en voyage tout en limitant l'impact sur l'environnement. Cela passe par le choix du mode de transport, mais également par le choix du logement sur place et de toutes les activités.

Le tourisme durable est un tourisme alternatif qui peut se présenter sous différentes formes :

- l'écotourisme (ou tourisme vert) : il est centré sur la découverte de la nature (par exemple : maisons dans les arbres),
- le tourisme rural : c'est un tourisme local, en milieu rural, chez des agriculteurs qui fournissent au touriste l'hébergement, la restauration ou la visite de la ferme,
- le tourisme éthique : il s'agit là pour le touriste de se confronter aux réalités du pays (par exemple : rencontres avec une ONG chez le voyageur Vacances Bleues),
- le tourisme solidaire (ou équitable) : ce tourisme vise à utiliser l'activité touristique pour soutenir des projets locaux de développement et de solidarité et a pour ambition de concilier tourisme et développement durable (par exemple : le site « Les Oiseaux de Passage » à la fois guide de voyage et site de réservation en ligne).

Le développement durable est au cœur de ce tourisme.

Respectueux de l'environnement, il prend en compte les impacts sociaux, économiques et environnementaux. Le touriste durable se soucie du bien-être de la population qui l'accueille.

Le tourisme durable repose essentiellement sur les voyageurs.

« Un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil ».

Source : OMT

Le tourisme de masse étant un risque pour l'environnement, l'objectif du tourisme durable est de minimiser au maximum l'impact de l'Homme sur la nature.

On va alors chercher à valoriser des transports qui polluent peu ou pas, comme le train et le vélo, limiter les infrastructures, comme les hôtels ou centres de vacances, qui ont un impact négatif sur l'environnement car ils polluent énormément : consommation d'eau et d'électricité démesurée, mauvais traitement des déchets...

Depuis plusieurs décennies, la protection de notre planète est à l'ordre du jour.

En témoigne par exemple [l'Agenda 21](#), programme d'action de quarante chapitres pour le 21^e siècle adopté par 182 chefs d'États en 1992 au Sommet de la Terre, concernant les collectivités territoriales.

Le réseau Agenda 21 et tourisme durable, fondé en [2009](#) par le Comité 21 et l'ANMSCCT (Association Nationale des Maires des Stations Classées et des Communes Touristiques), regroupe uniquement des communes et des stations touristiques françaises engagées dans une démarche Agenda 21. Citons pour exemple les Communes de Bordeaux, Vallon Pont d'Arc ou Pornichet.

Quatre objectifs majeurs :

- 1) Prévenir et réduire les impacts territoriaux et environnementaux du tourisme dans les destinations ;
- 1) Maîtriser la croissance des transports liés au tourisme et ses effets négatifs sur l'environnement ;
- 2) Encourager un tourisme favorable à un développement local durable maîtrisé par les acteurs du secteur ;
- 3) Promouvoir un tourisme responsable, facteur de développement social et culturel.

L'objectif du développement touristique durable a été défini par l'Agenda 21 :

« Rendre compatible l'amélioration des conditions environnementales et sociales qui résultent du développement touristique avec le maintien de capacités de développement pour les générations futures ».

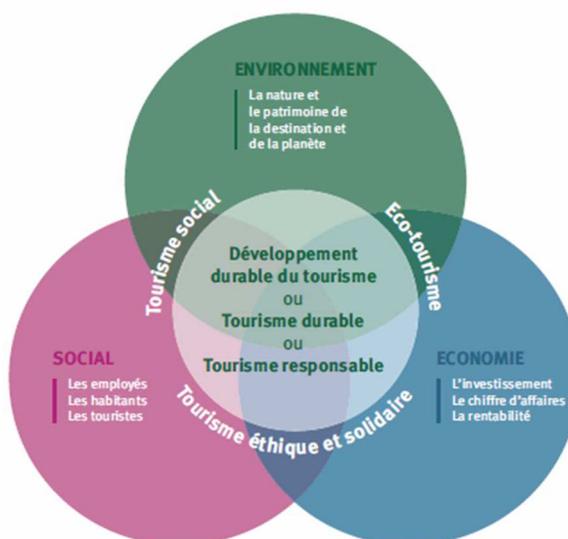
Ce tourisme durable est somme toute une notion relativement récente.

En voici quelques dates clés :

1980	Conférence mondiale sur le tourisme, Manille - Déclaration de Manille sur le tourisme mondial
1992	Sommet de Rio, Rio de Janeiro - Vote de l'agenda 21
1995	Conférence mondiale du Tourisme durable de Lanzarote, Canaries - Définition des principes du tourisme durable et Charte mondiale du tourisme durable
1999	Adoption du Code mondial d'éthique du tourisme par l'Assemblée générale de l'OMT
2000	Sommet mondial sur la paix par le tourisme, Jordanie - Déclaration d'Amman sur la paix par le tourisme
2004	Actualisation des principes du tourisme durable par le Comité de développement durable du tourisme de l'OMT
2006	Création du Groupe de Travail International sur le Développement du Tourisme Durable (GTI-DTD)
2010	Lancement du Partenariat Mondial pour le tourisme durable (PMTD), piloté par le PNUE (Programme des Nations Unies pour l'Environnement)
2017	Année internationale du tourisme durable pour le développement, proclamée par l'ONU

L'Organisation des Nations Unies a proclamé [2017](#) l'Année Internationale du Tourisme Durable pour le Développement, en reconnaissance du potentiel énorme de l'industrie touristique, qui représente environ 10% de l'activité économique mondiale, à contribuer à la lutte contre la pauvreté et à favoriser la compréhension mutuelle et le dialogue interculturel, qui sont au cœur de la mission de l'UNESCO.

SCHÉMA DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DU TOURISME



Source : Atout France

Ce schéma représente les trois piliers du développement durable : économique, social et environnemental, et montre comment s'articule le tourisme durable.

Tout cela suppose un changement de mentalité, une nouvelle vision du tourisme ; des modèles se mettent progressivement en place sous l'impulsion des pays, des différentes ONG et des géants du secteur du tourisme.

Selon un sondage de l'agence Comptoir des Voyages, [63%](#) des français se disent prêts à renoncer à visiter un site si celui-ci est trop fréquenté. En effet, la surpopulation de certains lieux à un effet repoussoir auprès des visiteurs.

Pour autant, même si le tourisme de masse a semble-t-il trouvé ses limites, même si une des alternatives possibles semble désormais résider dans un tourisme durable, une multitude d'autres critères peut entrer en jeu, par exemple des conflits armés, une brutale récession, et même un virus à l'échelle planétaire...

Nécessairement, pour le secteur du tourisme, il y aura un avant et un après Coronavirus.

II – QUEL AVENIR POUR LE TOURISME QUE NOUS CONNAISSONS ?

1) 2020, la crise sanitaire : bref rappel des faits et quelques chiffres

La maladie à Coronavirus apparaît pour la première fois le 17 novembre [2019](#) à Wuhan, en Chine, sur un marché dans lequel sont notamment vendus des animaux vivants.

Le marché, soupçonné d'être le foyer épidémique, est aussitôt fermé.

Dans ce pays de 1,4 milliard d'habitants, ce virus va contaminer en deux mois des milliers de personnes.

Les chinois vont parvenir à séquencer le code génétique du coupable. Ils alertent l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS), et prennent rapidement des mesures de confinement.

Mais ce virus d'un nouveau genre et dont l'origine demeure incertaine, est extrêmement contagieux et il se propage très rapidement.

Le 24 janvier [2020](#), trois premiers cas sont recensés en France.

L'État d'urgence de santé publique de portée internationale est déclaré le 30 janvier [2020](#) par l'OMS.

L'épidémie s'étend. En février, deux navires de croisières sont touchés par le Coronavirus.

On se souvient de la mise en quarantaine du paquebot Diamond Princess.

Le 5 février [2020](#), les 3 711 membres d'équipage et passagers sont placés en observation sanitaire par le ministre japonais de la Santé, pour une durée de 14 jours, à bord du navire, dans le port de Yokohama.

L'image restera.

Ce sera le premier coup violent porté au tourisme international, mais aussi, pour les épidémiologistes la première occasion d'étudier l'évolution du virus dans un environnement restreint.

Toutes les études confirment que les conditions de vie à bord d'un navire de croisière amplifient la contagion dans le cas d'une maladie très transmissible, ce qui est le cas en l'espèce.

Les croisiéristes sont inquiets pour leur avenir. L'impact se fait aussi ressentir sur les ports, qui tournent au ralenti.

Le 11 mars [2020](#), alors que le virus se répand à l'échelle mondiale et que le nombre de pays touchés a triplé en trois semaines et qu'il concerne désormais tous les continents (sauf l'antarctique), l'OMS qui, jusqu'alors se refusait d'employer ce terme, qualifie l'épidémie de coronavirus de pandémie.

Le même jour, coup de tonnerre dans le monde du transport aérien.

Le président américain Donald Trump [annonce](#) la mise en place de nouvelles mesures pour endiguer la propagation du virus Covid-19 sur le territoire américain dont la mesure la plus spectaculaire sera la suspension de l'ensemble des vols de passagers entre le continent européen et les États-Unis, mesure qui prendra effet à compter du 14 mars.

C'est le deuxième coup violent porté au tourisme mondial qui s'annonce dès lors comme l'une des victimes à venir de cette crise sanitaire.

Et plus particulièrement les compagnies aériennes qui avaient déjà à affronter une baisse très importante des réservations, laissant présager des volumes de chiffres en forte baisse.

En Europe, l'Italie est fortement touchée depuis fin février et met en quarantaine plusieurs régions du Nord. Le [10 mars](#), le pays tout entier est confiné.

Le [15 mars](#), l'Espagne, deuxième pays européen touché par le virus, met également en place un confinement strict.

En France, l'épidémie passe au stade 3 le 14 mars et tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays sont fermés.

À partir du [17 mars](#), afin de stopper la diffusion du coronavirus et pour réduire le plus possible le nombre de personnes atteintes et donc de morts, la population est confinée à domicile.

L'impact économique est immédiat. Le pays est brutalement à l'arrêt. Mais dans le même temps, c'est le monde entier qui retient son souffle.

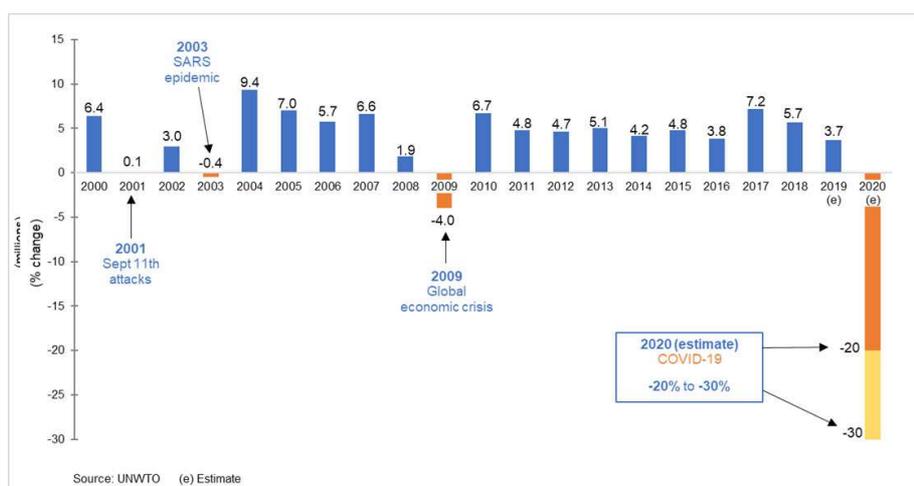
Rappelons quelques chiffres pour bien préciser cette situation tout à fait inédite :

Le virus au niveau mondial, ce sont environ 6 500 000 cas recensés et plus de 380 000 décès (chiffres 02 juin [2020](#)). Le pays le plus touché est les États-Unis (presque [2 millions](#) de cas). Le Brésil et la Russie complètent ce triste podium. Tous trois sont des destinations très touristiques. Plus près de nous en Europe, ce sont l'Espagne, le Royaume-Uni et l'Italie qui recensent le plus de cas. Là-encore, des destinations très touristiques.

Au-delà des victimes humaines, le virus aura touché de nombreux pays, de nombreux secteurs économiques.

Le tourisme paie un lourd tribut.

Prévisions pour 2020 – arrivées de touristes internationaux dans le monde (% de variation)



Source : Organisation Mondiale du Tourisme

Ce graphique montre que l'ampleur de cette crise est plus importante que tout ce que nous avons connu jusqu'à maintenant. La crise économique mondiale de 2009 avait réduit les arrivées de touristes internationaux à -4%, alors que la crise actuelle pourrait atteindre -30%. Pour mémoire, l'épidémie de SRAS avait eu un impact de -0,4%.

Au niveau mondial, les recettes du tourisme ont diminué de [80 milliards](#) de dollars.

Les chiffres du tourisme international sont en chute, le nombre de touristes internationaux a diminué de 60 à 80 % en [2020](#) par rapport à 2019.

Pour exemple, TUI, premier voyageur mondial, présent dans une centaine de pays, annonce la suspension de « la plus grande partie » de ses activités de voyageur face à la propagation de l'épidémie de coronavirus, et demande des aides de l'État.

Cette mesure concerne principalement ses activités de voyages à forfait avec vols charters, d'hôtellerie et de croisières, a précisé dans un communiqué le groupe qui emploie 70.000 personnes dans le monde.

Elle est selon TUI, basé à Hanovre en Allemagne, une conséquence des décisions de nombreux pays de restreindre les déplacements pour tenter de freiner la propagation de l'épidémie, et une "contribution" aux efforts en ce sens des autorités.

Le groupe va appliquer des mesures "drastiques" de réduction de coûts pour faire face à la chute attendue de son chiffre d'affaires. Il licencie [10%](#) de ses effectifs soit 8000 personnes...

Voici le message adressé par Madame Vacances, l'entreprise dans laquelle je devais faire mon stage, à ses clients :

« Nous venons vers vous concernant la situation inédite que nous vivons due à la propagation du Covid-19.

Face à l'ampleur de cette épidémie et suite aux directives gouvernementales, nous avons été contraints de fermer la totalité de nos établissements et de procéder à la mise en activité partielle de l'ensemble de notre personnel.

Notre priorité ces derniers jours a été d'organiser le départ de nos clients et de nos salariés, dans un souci de sécurité au vu des risques sanitaires.

Nous reviendrons vers vous prochainement. »

L'Association du transport aérien international annonce la perte de chiffres d'affaires attendu en 2020 à [252 milliards](#) de dollars. Une diminution de 44% par rapport à 2019.

La plupart des compagnies aériennes risque la faillite à court terme. Pour exemple, citons la compagnie irlandaise Ryanair qui supprime [3 000](#) emplois.

Tout le secteur de l'évènementiel est également en crise : des évènements majeurs sont reportés, voire annulés : manifestations sportives, festivals, spectacles, concerts, etc... dont on sait qu'ils attirent une clientèle touristique.

Un exemple marquant est celui des jeux olympiques qui devaient se dérouler à Tokyo au Japon à l'été 2020. Ils ont été reportés, en principe en [2021](#). Jusqu'à aujourd'hui et tout au long de leur histoire, ils n'ont été annulés qu'à trois reprises, en 1916, 1940 et 1944, chaque fois lors de guerres.

Les parcs d'attraction sont fermés (Disneyland).

Les hôtels, centres de vacances, sont également fermés.

Les plages, centres de loisirs, ne sont pas accessibles.

En France, le confinement a été levé le 11 mai. Peu à peu, tous les pays se déconfinent également.

Les frontières s'entrouvrent lentement.

Toujours en France, le [2 juin](#), les restaurateurs et cafetiers ont pu rouvrir leurs établissements, mais avec de nombreuses contraintes à respecter.

La distance des 100 km mise en place étant abolie, les touristes peuvent à nouveau circuler, mais compte-tenu de tout ce que nous venons de citer ci-avant, la question se pose de savoir s'ils seront au rendez-vous.

Pourtant, sur le plan économique, tous les pays ont besoin de relancer la consommation.

En France, la chute du PIB est estimée à [5,8%](#). L'estimation pourrait augmenter selon l'évolution de la situation. Il en est de même pour le déficit public, qui pourrait atteindre 6,3%.

La crise sanitaire enrayer l'**économie mondiale** et les estimations de la croissance **mondiale** pour cette année sont réduites à [2,4%](#) - contre 2,9%, prévu initialement pour 2020.

Les indicateurs sont partout clairement au rouge, sans doute pour plusieurs années.

Dans ce contexte, et compte-tenu de la particulière virulence du Covid-19, le tourisme de masse tel que nous l'avons présenté ne trouve plus vraiment sa place.

En effet, et même si un vaccin efficace était trouvé, d'ici quelques mois, il est difficile d'imaginer désormais que tout redeviendra comme avant, comme si de rien n'était.

Les scientifiques considèrent que les mesures de distanciation sociale vont devoir être appliquées pour une durée « d'un an, voire plus ». Certains, comme le Docteur Bruce Aylward de l'OMS, évoquent un retour du virus au cours d'autres saisons si un vaccin n'est pas trouvé d'ici-là.

Dans ces conditions, rassembler jusqu'à 5 000 personnes sur un bateau de croisière semble une hérésie. L'exemple du paquebot Diamond Princess l'a clairement démontré.

Le tourisme de proximité devrait donc sortir renforcé de la crise, peut-être par effet de bonne conscience. A terme, le tourisme durable, qui existait bien avant la crise, devrait également être amené à se développer encore.

Toutefois, ce tourisme dit de proximité, semble moins propice à relancer la consommation.

Aussi, en France, comme au niveau mondial, des mesures sont mises en place pour tenter de relancer tout un secteur.

2) Les mesures mises en place pour sauver le tourisme

Si certains pays, parmi lesquels l'Italie, pourtant durement touchée, la Grèce ou la Tunisie se préparent à pouvoir accueillir des touristes étrangers cet été, en France ou en Espagne, la saison pourrait être plus restreinte.

Nous l'avons vu, le tourisme, secteur capital de l'économie de nombreux pays, a été frappé de plein fouet par la crise sanitaire. Il est aujourd'hui un enjeu-clé de la relance.

Aussi, et même si la pandémie est loin d'être derrière nous, plusieurs gouvernements espèrent un lancement de saison très prochainement.

L'Espagne devrait accueillir ses premiers touristes étrangers à partir de juillet a annoncé le premier Ministre espagnol. Cette autorisation est cruciale pour la deuxième destination touristique mondiale, où le secteur pèse 12 % du PIB.

Toutefois, de nombreux autres pays, parmi lesquels les États-Unis, n'ont pas encore annoncé la réouverture des frontières.

Le foyer épidémique semble se déplacer aujourd'hui vers l'Amérique Latine, et le Brésil, notamment, est durement touché. Il devient le deuxième pays le plus atteint au monde. Là aussi, une destination éminemment touristique...

Aussi, chaque pays, sans méconnaître les risques du virus mais conscient de l'enjeu économique, tente de trouver des solutions, d'apporter des aides au secteur du tourisme.

Nous nous intéresserons essentiellement dans cette partie à ce qui passe en France, aux aides apportées ou envisagées, puis nous élargirons le cadre pour voir, brièvement, ce qu'il se passe autour de nous, en Europe.

En France, première destination touristique au monde, l'impact de la crise sur l'économie est considérable, et la reprise du secteur devenue un enjeu capital.

Les frontières françaises devraient rester fermées jusqu'au 15 juin minimum, comme dans la plupart des pays de l'espace Schengen, mais un premier signe d'espoir s'amorce pour les professionnels du tourisme : les français pourront partir en vacances cet été, à l'intérieur du pays.

Le gouvernement a débloqué une aide d'urgence de [18 milliards](#) d'euros, et il veut maintenant « accompagner à la fois la reprise, puis la relance du secteur » affaibli par l'épidémie de Covid-19. Ce secteur représente 7% du PIB français et deux millions d'emplois.

L'allocation du premier Ministre Édouard Philippe le 28 mai [2020](#) était très attendue par les français.

Parmi les annonces, un certain nombre d'entre elles concernant le secteur du tourisme et sont entrées en vigueur le 2 juin.

A l'essentiel :

- la fin de la limitation des déplacements à 100 km,
- la réouverture des parcs et jardins en zone [orange](#)¹,
- la réouverture des plages, lacs et forêts,
- la réouverture des bars et restaurants en zone [verte](#)² (terrasses uniquement en zone orange),
- la réouverture des musées, monuments et salles de spectacles (en zone verte),
- la réouverture des campings (en zone verte),

* NB : Mi-mai, les 8000 campings français s'étaient dits "prêts" à rouvrir pour l'été et ont mis en place un protocole sanitaire qui "assure la distanciation", selon leur fédération.

- les piscines, salles de sport et gymnases (en zone verte).

Par contre, les regroupements de plus de 10 personnes étant toujours interdits dans l'espace public, les évènements culturels et sportifs sont suspendus (beaucoup ont été annulés par leurs organisateurs) au moins jusqu'au 22 juin.

¹ Zone orange : zone où la circulation active du virus est comprise entre 6 et 10%. La circulation active est déterminée par la part des patients se présentant aux urgences pour une suspicion de coronavirus.

² Zone verte : zone où la circulation active du virus est inférieure à 6%.

Il en est de même des discothèques, salles de jeux, stades et hippodromes ; les cinémas devraient rouvrir le 22 juin.

Est-ce à dire que la vie « normale » va reprendre ? Certes non, car il ne faudra pas oublier les gestes barrières. Masques, gel hydro alcoolique, désinfectant doivent être disponibles dans toutes les structures accueillant du public.

L'inquiétude et l'incertitude planent donc toujours autour de la saison estivale.

Selon le Secrétaire d'État en charge du tourisme, Jean-Baptiste Lemoyne : ["Ce sont les Français qui seront le moteur du redémarrage de l'économie touristique."](#)

Aussi, certaines mesures sont prises pour "soutenir la demande" et inciter les Français à consommer.

Par exemple, pour les inciter à retourner dans les restaurants, le gouvernement a décidé de doubler le plafond journalier des tickets-restaurant, qui passe à **38 €**. Une aubaine pour les restaurateurs qui rouvrent après deux mois et demi de fermeture. Ce moyen de paiement ayant été inutilisé pendant tout le confinement, les salariés auraient en effet environ un milliard d'euros à dépenser...

L'objectif de cette mesure est clairement de favoriser le redémarrage des restaurants.

Un plan en faveur du "tourisme social", pour aider les Français aux moyens modestes à partir en vacances, est à l'étude et devrait prochainement être annoncé.

Au début du mois de juin, quelques semaines avant les congés d'été, une série de propositions a ainsi été formulée visant à « garantir le droit aux vacances à l'ensemble des Français », car au-delà de la crise sanitaire, beaucoup subissent une précarité financière.

Ainsi, sont à l'étude :

- un label sanitaire national (visant à rassurer la clientèle sur les normes sanitaires appliquées),
- la possibilité pour un touriste qui tomberait malade de revenir se confiner chez lui, pour les départs en avion en Outre-mer un test au départ (actuellement il n'est prévu qu'à l'arrivée) évitant d'encombrer les services médicaux sur place et évitant une contamination des autres passager,

- une flexibilité des entreprises sur la prise des congés payés des salariés,
- un élargissement des organismes acceptant les chèques-vacances.

Cette liste n'est pas exhaustive, et sans doute d'ailleurs d'autres propositions seront-elles formulées.

Clairement, l'objectif est de « *créer un climat de confiance avant le départ en vacances et de mobiliser les acteurs sociaux pour accompagner les Français à monter leur projet* » résume [Olga Givernet](#), députée de l'Ain.

L'idée est donc bien de relancer le tourisme, et d'apporter une aide tant aux professionnels du secteur, en difficulté, qu'aux touristes qui pourraient hésiter à partir, tant pour des raisons de sécurité que pour des raisons financières.

Par « relancer le tourisme », on entend tout le secteur. Est-ce à dire que ces mesures sont susceptibles de relancer le tourisme de masse ?

Pour 2020, c'est exclu, puisque nous l'avons vu, les français pourront partir en vacances cet été, mais à l'intérieur du pays. Il est donc à penser qu'un tourisme de proximité lui sera préféré.

Pour l'avenir, et même si l'on imaginait que les professionnels du tourisme, soucieux de combler les énormes pertes financières qu'ils ont subies du fait de la crise, puissent venir à proposer des tarifs très attractifs en faisant fi des risques sanitaires, pourrions-nous en déduire que les touristes seraient au rendez-vous ? La réponse me paraît négative, au nom du principe de précaution.

C'est tout un système à revoir. Il faut un nouveau tourisme.

Actuellement, et pour l'essentiel, l'idée est de relancer le secteur et de nombreuses mesures prises ou envisagées concernent les professionnels du tourisme.

C'est, par analogie au plan Marshall élaboré après la seconde guerre mondiale pour aider à reconstruire les villes et installations bombardées en Europe, un véritable plan Marshall du Tourisme qui est annoncé en France, comme si, en quelque sorte, le pays sortait d'une guerre contre le virus.

Un plan Marshall pour le secteur du tourisme :

Le gouvernement a annoncé le 14 mai un plan de soutien du secteur du tourisme et de l'évènementiel, touché de plein fouet par la crise sanitaire.

Une dizaine de [mesures](#) sont d'ores et déjà mises en place et un plan massif d'investissement pour le secteur du tourisme est annoncé :

- Prolongation du fonds de solidarité jusqu'à fin 2020

« Les entreprises du secteur du tourisme, de l'évènementiel, du sport et de la culture sont éligibles au Fonds de solidarité jusqu'à la fin de l'année 2020.

Le fonds de solidarité initialement dédié aux PME et TPE en difficulté élargit ainsi son accès aux sociétés comptant jusqu'à 20 salariés et 2 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Les entreprises bénéficiaires pourront recevoir jusqu'à 10.000 euros d'aide.

Les entrepreneurs individuels tels que les maisons d'hôtes bénéficieront du fonds de solidarité. »

- Maintien de l'activité partielle jusqu'à fin 2020

« Les entreprises du tourisme sont autorisées à recourir à l'activité partielle jusqu'à la fin de l'année 2020, dans les mêmes conditions que celles mises en place durant la période de confinement. »

- Mise en place d'un prêt garanti par l'État « saison » (PGES)

L'État va prochainement mettre en place le PGES, rendant plus souples pour la filière tourisme les actuelles conditions d'octroi du Prêt garanti par l'État : le PGES ouvrira en effet droit à un montant plafond de prêt qui sera calculé sur les trois meilleurs mois de la « saison » 2019 pour l'entreprise (au lieu de 25 % du CA dans le PGE classique), tenant ainsi compte du caractère saisonnier des entreprises touristiques.

- Report jusqu'à un an des échéances de crédit

« Les banques pourront accorder un **report des échéances de crédit** allant jusqu'à 12 mois (au lieu de 6 mois actuellement) aux petites et moyennes entreprises du secteur. »

- Annulation des loyers et redevances d'occupation du domaine public

« Pour la période de fermeture administrative, les loyers et redevances d'occupation du domaine public dus aux bailleurs nationaux (État et opérateurs) sont annulés pour les TPE et PME du secteur. »

- Exonération de cotisations sociales pour les TPE et PME

« Une exonération de cotisations sociales s'appliquera aux très petites entreprises (TPE) et aux petites et moyennes entreprises (PME) du secteur tourisme, de l'événementiel culturel et sportif, pendant la période de fermeture ou de très faible activité, au moins de mars à juin, pour un coût global estimé à 2,2 milliards d'euros. L'exonération s'appliquera automatiquement à toutes ces entreprises, qu'elles aient déjà acquitté ou non leurs cotisations. »

Aux exonérations de cotisations patronales s'ajoutera un crédit de cotisation égal à 20 % des salaires versés depuis février. « Ce crédit de cotisation sera imputable sur l'ensemble des cotisations dues par l'entreprise et permettra de soutenir la reprise de l'activité. Les exonérations de cotisations patronales pourront être prolongées tant que durera la fermeture obligatoire des établissements. »

- Possibilité pour les collectivités locales d'alléger la taxe de séjour et la Cotisation Foncière des Entreprises (CFE)

« Les collectivités locales ont la possibilité d'alléger la taxe de séjour des hébergements touristiques et de réduire des deux tiers la cotisation foncière des entreprises (CFE) du tourisme. »

- Mise en place d'un guichet numérique unique

« Le guichet <https://www.plan-tourisme.fr> donne accès à tous les dispositifs mis en place pour les entreprises des secteurs cafés, hôtels, restaurants, tourisme, événementiel, et oriente vers les plateformes d'instruction pour faire les démarches. »

- Augmentation du plafond journalier des tickets restaurants

« Le plafond journalier des tickets restaurants sera augmenté de 19 à 38 € et leur utilisation sera autorisée les week-ends et jours fériés, à partir de leur date de réouverture et jusqu'à la fin de l'année 2020 et uniquement dans les restaurants.

Ces mesures de soutien s'accompagnent d'un plan massif d'investissement pour le secteur du tourisme d'un montant global de plus de 3 milliards d'euros d'ici à 2023. Pour la réalisation de ce plan, l'État s'appuie notamment sur la Banque Publique d'Investissement (BPI) et la Banque des Territoires de la Caisse des Dépôts et Consignations. »

- Élargissement du « prêt Tourisme » de la BPI

« Le « prêt Tourisme » voit sa capacité augmenter de 250 millions à 1 milliard d'euros. D'un montant compris entre 50 000 et 2 millions d'euros et d'une durée de 2 à 10 ans, il permet aux ETI-TPE-PME du secteur du tourisme de bénéficier de prêts destinés à financer les besoins de trésorerie, les investissements immatériels ou encore certains investissements corporels.

A cette mesure s'ajoute le report d'une année des échéances de prêts accordés par la BPI aux acteurs du secteur du tourisme. »

- Investissements en fonds propres

Le deuxième volet du plan d'investissement pour le secteur du tourisme porte sur des investissements « en fonds propres d'un montant de 1,3 milliard d'euros (500 millions d'euros pour la BPI et 800 millions d'euros pour la Banque des Territoires). » Il s'agit pour ces acteurs d'investir directement et éventuellement avec des co-investisseurs dans des entreprises se trouvant dans une situation critique du fait de la crise sanitaire.

- Programme d'accompagnement des chefs d'entreprise

« Ces mesures financières s'accompagnent de la mise en place d'un programme d'accompagnement à destination de 1500 chefs d'entreprise du secteur par la BPI et des territoires par la Banque des Territoires. Ce programme portera sur du conseil, de la formation et des programmes d'accélération, notamment dans la perspective de penser le secteur du tourisme post-Covid19. »

- Un triplement de la dotation du Fonds Tourisme Social Investissement

Enfin, destiné à accompagner les acteurs du tourisme social, notamment dans la mise aux normes et « la lutte contre la vétusté, la dotation du Fonds Tourisme Social Investissement triplera dès cette année pour atteindre 225 millions d'euros. »

Pour le gouvernement français, les nombreuses mesures de ce plan d'investissement visent, nous l'avons compris, à soutenir les secteurs du tourisme et de l'événementiel sur le plan financier.

Mais fragilisé par la crise, n'est-ce pas pour le secteur touristique le moment de revoir sa copie, de reconnaître ses limites et de faire le choix d'utiliser les aides qui lui sont apportées afin de développer, dans les années à venir, d'autres projets ?

En tout cas, toutes ces annonces semblent avoir rassuré les Français qui avaient prévu de partir cet été puisque selon un sondage Flag Systèmes réalisé par OpinionWay début juin, [44 %](#) d'entre eux, qui avaient prévu de partir cet été, maintiennent leurs vacances. Parmi les sondés, 33 % des Français maintiennent leur projet initial. Seuls 11 % des sondés maintiennent leur départ en considérant toutefois un changement de destination.

De nombreux projets de vacances sont toutefois mis entre parenthèses. En effet, 27 % des sondés répondent vouloir reporter leurs vacances à plus tard dans l'année. 29 % d'entre eux ont annulé les vacances prévues cet été.

A la lecture de tout ce qui précède, on se rend parfaitement compte que le gouvernement français a pleinement pris conscience de l'enjeu économique que représente pour notre pays le secteur touristique.

Il a ainsi mis en place de nombreuses mesures pour aider les acteurs du secteur.

A titre d'exemple et pour illustrer le propos, nous pouvons citer l'aide financière apportée par l'État français pour aider son fleuron du secteur aéronautique, l'emblématique compagnie Air France.

Ainsi, le 4 mai 2020, dans un communiqué, la Commission européenne indiquait avoir validé le plan d'aide de l'État français d'un montant de 7 [milliards](#) d'euros visant à soutenir les liquidités de la compagnie Air France « *dont elle a un besoin urgent pour résister aux répercussions de la pandémie* » explique la vice-présidente en charge de la politique de concurrence.

« Au nom du conseil d'administration Air France-KLM, je remercie l'État français et nos partenaires bancaires pour cette aide, qui va permettre au groupe Air France-KLM de surmonter cette crise d'une rare violence » a déclaré Anne-Marie Couderc, Présidente du Groupe Air France-KLM.

Début juin, Air France se félicitait de rouvrir « le ciel, vol après vol », précisant desservir alors près de 50 destinations... soit 3 % de son réseau.

Au nombre des annexes du présent rapport, figurent, pour illustrer le propos, deux mails adressés par la compagnie à ses clients.

Début juin, Jean-Pierre Mas, président des Entreprises du Voyage, a indiqué : *« La semaine dernière, l'essentiel des réservations, soit 80%, concernaient la France, et 20% l'étranger. »*

Habituellement, le ratio est inversé (33% pour la France, 66% pour l'étranger).

Le niveau d'activité des agences de voyages en ligne se situe entre 25 et 30% par rapport à la même période l'an dernier. Pour les agences physiques, entre 10 et 15%.

C'est peu.

Parlons aussi des campings, indissociables du tourisme de masse.

Avant le confinement, ils signalaient déjà une baisse de 20 à 30% des réservations. Depuis, les annulations n'ont fait qu'augmenter. Pour faire face à cela, il existe une assurance « perte d'exploitation » qui pourrait couvrir leurs pertes, mais rien ne permet d'affirmer que les compagnies d'assurance accepteront d'intervenir. Elles pourraient déclarer la pandémie comme exclue.

Actuellement, la politique que semblent adopter les campings est de rembourser intégralement les clients.

Toutefois, compte-tenu de la situation exceptionnelle, fin mars, une ordonnance a été prise par le gouvernement qui leur permet de proposer des avoirs aux clients dont le séjour a été annulé. Ces avoirs seraient valables 18 mois...

Le secteur du camping fait donc un pari sur l'avenir.

Une autre forme de tourisme fait aussi le pari de l'avenir. Ce sont les croisiéristes.

Beaucoup de clients n'ont pas annulé mais seulement repoussé leurs séjours. Pour les autres, des remboursements ou des avoirs sont mis en place.

Les premières croisières qui seront possibles pourraient ne se faire qu'à [30 ou 50%](#) de leur capacité. Dès lors, c'est tout un système à repenser : buffets, piscines, etc...

Je me suis intéressée aux principales compagnies de croisières : Costa Croisière, MSC, Carnival Cruise Line. Sur leurs sites, toutes trois proposent à l'essentiel : des avoirs du montant de la croisière pour les croisières annulées, ainsi qu'un crédit à bord allant de [100 à 400 euros](#) selon les compagnies.

Pour l'instant, les croisières sont annulées jusqu'au mois de juillet. Seulement 8 bateaux sur les 28 de la flotte de Carnival Cruise Line navigueront en août.

Costa Croisière a [annoncé](#) que « *pour la première fois en 70 ans, nous avons décidé de suspendre l'exploitation de nos navires jusqu'à fin juillet 2020* ».

L'incertitude demeure : selon une enquête BVA-Entreprises du Voyage effectuée début juin, [56%](#) des personnes envisageant de partir n'ont pas encore réservé leurs vacances.

C'est une situation totalement inédite pour un début juin.

Également, en réponse au questionnaire que j'ai fait, à la question « *quelles propositions commerciales ou gouvernementales pourraient relancer le tourisme selon vous ?* », les aides financières (réductions, chèques-vacances) sont un des éléments avancés pour pousser les français à repartir en vacances et à consommer. La réouverture des bars et restaurants y figure également. Elle a depuis été faite, le 2 juin 2020.

Je reviendrai plus précisément sur l'analyse des réponses reçues en fin de ce rapport.

Mais désormais, au-delà de toutes les mesures gouvernementales mises en place, mais face à une situation jusqu'alors inédite et en espérant la pandémie prochainement maîtrisée, quel est l'avenir du secteur du tourisme à plus long terme ?

Si l'on en croit les derniers sondages, la filière pourrait reprendre à nouveau son envol et se relever, mais lentement, de la crise de 2020.

3) Quelles solutions pour l'avenir du tourisme ?

Nous l'avons vu ci-avant, les pays, les acteurs du tourisme (hébergement, transports, activités...) mettent en place des solutions, des protocoles, pour sauver la saison estivale 2020.

La question demeure : Les touristes seront-ils au rendez-vous ?

Selon le sondage Flag Systèmes visé ci-avant, réalisé par OpinionWay, seulement 29 % des Français disent avoir annulé leurs vacances d'été.

Mais les touristes se déplaceront sans doute moins nombreux à l'étranger qu'avant la crise.

Certaines frontières ne vont pas rouvrir avant 2021. De nombreux pays tiennent à se préserver de toute nouvelle intrusion du virus sur leur territoire.

Tous les pays ont mis en place des restrictions sur les voyages.

En France, la clientèle sera à l'essentiel issue de notre pays même. L'été 2020 sera donc une saison très particulière, entre peur du virus et envie d'ailleurs.

Comment envisager la suite ?

L'Organisation Mondiale du Tourisme a mis en place un dispositif d'aide pour redresser le tourisme, notamment au niveau économique, mais aussi promotionnel (diversifier les produits, reformuler les stratégies de marketing) et institutionnel.

Ainsi, pour atténuer l'impact de la crise sur le tourisme, l'OMT recommande de diversifier les marchés, produits et services, mais aussi de se préparer aux futures crises.

Les experts prévoient une reprise à partir de 2021.

Le virus va cependant impacter l'économie pendant plusieurs années. Selon une étude réalisée par Azurite Consulting, 36% des personnes voyageant à l'international en avion ne prendront plus l'avion tant qu'un vaccin ne sera pas disponible.

Les pays installés dans le domaine touristique depuis de nombreuses années devraient, à terme, réussir à faire revenir les touristes.

La question est aussi de savoir à quelle échéance peut se situer un contexte touristique redevenu favorable et économiquement viable pour les acteurs du secteur.

Selon les indicateurs, il faudra plusieurs années.

Certains pays émergents dans le secteur du tourisme (on peut citer comme exemples la Namibie, le Monténégro ou l'Indonésie, mais il y en a bien d'autres) risquent d'avoir des difficultés pour attirer les touristes et poursuivre leur ascension.

Également, d'autres pays, qui tirent une grande partie de leurs ressources du tourisme, vont certainement affronter, durablement, une situation économique très problématique (endettement, faillite).

Citons pour exemple la Grèce qui, en dépit de la bonne gestion de la crise sanitaire (le pays a entamé un confinement très tôt et enregistre « seulement » 169 décès liés au Coronavirus), est déjà fragilisée par une décennie de crise économique.

Quand on sait que le tourisme représente [20 %](#) du PIB du pays, la Grèce redoute cette nouvelle crise. Toute l'activité s'est arrêtée durant trois mois, et le pays est en train de s'effondrer. Les prévisions de la Commission européenne et du FMI prévoient une récession de 10% pour la Grèce, un des pays européens les plus touchés.

Suite au coronavirus, Venise envisage d'instaurer un quota de visiteurs quotidiens. La ville était surpeuplée avec les touristes. Pendant le confinement, les habitants ont vu leur ville respirer à nouveau et veulent se tourner vers un tourisme plus responsable, en limitant le nombre de visiteurs, et peut-être envisager l'arrêt des croisières qui détruisent le littoral.

Dans mon questionnaire, 41,7% des sondés trouvent que la crise a modifié leur vision des vacances.

Quand il leur est demandé en quoi elle est modifiée, on peut voir que les français seront amenés à prendre plus de précautions lors de leurs vacances futures mais pensent également favoriser les départs en France, pour aider l'économie française et également réduire les risques.

On a besoin d'un tourisme plus durable, participatif (un tourisme qui fait soit participer la population d'accueil aux activités touristiques, soit participer les visiteurs à la vie locale du territoire visité).

Nous l'avions déjà évoqué, par opposition au tourisme de masse, qui, crise sanitaire oblige, s'essouffera sans doute plus rapidement que les experts ne le prédisaient.

Le tourisme de masse, destructeur plutôt que créateur, était déjà décrié avant la crise sanitaire.

En apparence à son apogée, il agonisait déjà. Nous avons vu ses limites plus avant.

Aussi, il est probable que la crise sonne le glas d'un certain mode de consommation touristique.

Peut-être pouvons-nous, au milieu de la tourmente de la crise sanitaire et économique, trouver du positif ?

Peut-être en effet que le contexte que nous connaissons sera pour le secteur du tourisme une opportunité de se réinventer. Depuis plusieurs années le tourisme avait pris un virage vers le durable.

Le virus a sans doute permis une évolution plus rapide parce qu'inévitable.

Il a montré les dysfonctionnements de l'industrie du tourisme de masse et mis en évidence des initiatives positives, locales et durables.

Les destinations de proximité seront privilégiées pour la saison à venir. C'est ce qui ressort clairement des sondages, mais peut-être aussi demeureront-elles, après la levée des restrictions, un choix.

Finalement, les destinations de proximité offrent un potentiel de découvertes et d'expériences non négligeables. Nous n'en avons pas encore fait le tour.

L'avenir peut résider aussi dans un tourisme dit digital.

De quoi s'agit-il ?

Il n'y a pas de véritable définition, mais ces dernières semaines on n'a jamais autant parlé de voyager tout en restant dans son salon.

Réalité augmentée, visite virtuelle... les possibilités sont immenses.

La réalité augmentée (ou RA) est une technologie qui permet d'intégrer des éléments virtuels en 3D (en temps réel) au sein d'un environnement réel. Le principe est de combiner le virtuel et le réel et donner l'illusion d'une intégration parfaite à l'utilisateur.

On vient donc « augmenter » la réalité avec des informations de façon interactive.

Les domaines d'application sont nombreux.

Dans le tourisme, domaine qui nous intéresse, on peut aujourd'hui visiter un monument ou une exposition avec une tablette proposant un guide vidéo en réalité augmentée.

En France, certains châteaux (Chambord, Blois, Fontainebleau...) ou musées (Grévin...) proposent ainsi cet outil numérique qui peut par exemple permettre de voir à quoi ressemblait le site, meublé, à différentes époques.

La réalité augmentée fonctionne donc sur le réel au contraire de la réalité virtuelle qui travaille sur des images de synthèse.

Il existe déjà, depuis plusieurs années, des applications de voyage en réalité virtuelle, qui permettent de découvrir, depuis son salon, des lieux où l'on n'ira sans doute jamais, ou bien de choisir en images sa prochaine destination ou son hôtel.

Par exemple, l'application américaine [Trek](#) qui, sur son site, nous propose :

« L'application vous permet de voyager dans le monde en réalité virtuelle pour faire des expériences magiques. Vous débuterez depuis un appartement se trouvant à Helsinki en Finlande. Vous pourrez, en traversant une porte magique, partir pêcher dans l'archipel islandais sous un ciel illuminé d'aurores boréales ou bien encore dessiner des constellations dans le ciel nocturne, devenir un géant et alimenter la capitale islandaise. »

On nous propose donc là de voyager tout en restant dans notre salon.

Pendant le confinement, certaines expériences, hautement improbables avant, ont vu le jour.

Ainsi, il est possible de diriger à distance des habitants des Iles Féroé, portant une caméra sur la tête, pour explorer un endroit depuis son canapé (<https://www.remote-tourism.com>).

Les visites virtuelles se multiplient. Les destinations touristiques y voient un fort potentiel d'activité.

C'est le cas de l'Égypte qui, coupée du monde depuis le début de la crise avec la fermeture de ses aéroports, propose de visiter, depuis son canapé, plusieurs monuments et tombes, notamment celle de Ramsès VI.

Pour tenter l'expérience :

https://my.matterport.com/show/?m=NeiMEZa9d93&mls=1&fbclid=IwAR0b-3S5ahVmX_TlwkZSjpcpxy1gTzPPsYvCJjuLloF8s2jtceTkVUeWXo

D'après un [porte-parole](#) du ministère du tourisme égyptien, les visites virtuelles « *desservent la double mission de promouvoir le tourisme égyptien sur tout le territoire et d'améliorer la connaissance des Égyptiens de leur propre civilisation* ».

Ce ne sont que des exemples parmi d'autres mais cela montre à quelle point les expériences de voyage virtuel sont amenées à prendre de l'importance ces prochaines années.

Ce phénomène n'est pas apparu avec le confinement et la crise sanitaire, il se développe depuis plusieurs années, mais le coronavirus l'a en quelque sorte révélé.

En France, on peut également citer comme exemple le Futuroscope, qui devrait rouvrir mi-juin et dont le succès ne se dément pas.

La dernière attraction du parc s'appelle [Objectif Mars](#). Il s'agit, sur fond de crise, du plus gros investissement réalisé depuis la création du parc, à hauteur de 20 millions d'euros. Les visiteurs seront immergés au cœur d'un centre d'entraînement spatial, en se mettant dans la peau d'un futur astronaute.

On apprend d'ailleurs que le groupe Caisse des Dépôts va investir [10 millions](#) d'euros pour le développement d'un nouveau parc Futuroscope qui viserait en particulier les familles avec des jeunes enfants.

Le numérique et le digital devraient donc être les grands gagnants de cette crise du secteur touristique et peut-être devenir un nouveau modèle pour le tourisme de demain.

Il est toutefois toujours difficile de dire de quoi demain sera fait. Cette année 2020 nous l'a bien rappelé.

Pour l'anecdote, lors de mes recherches, je suis tombée sur un article de 2015 qui évoquait le tourisme en 2020 :

<https://www.bpifrance.fr/A-la-une/Actualites/Le-tourisme-du-futur-16508>

L'article présente une vision futuriste de ce à quoi aurait pu ressembler le tourisme en 2020, en imaginant de nouvelles technologies pour le secteur touristique.

Sans aller jusqu'au « *robot capable de préparer le voyage, d'occuper les enfants pendant le trajet en voiture, de porter les sacs lors d'une sortie shopping, et de reconstituer une visite virtuelle d'un monument* », certaines idées ne sont pas si éloignées de la réalité : « *la reconnaissance vocale, la suppression de la monnaie physique (d'ici à 2030) et l'homme connecté. Payer avec son empreinte digitale, par exemple* ».

Plus intéressant, cet article dresse une liste de touristes-type dans le futur : Yann Le Fichant, fondateur et directeur général de Voz inzebox, détermine pour 2030 « *cinq grandes familles de touristes, que chacun peut être selon les moments* :

- *le chercheur d'aisance : la personne qui a trop travaillé, et qui achète un forfait "all inclusive", qui est le client parfait pour le modèle de tourisme prédictif et les robots-conseillers de visites*
- *le chasseur culturel : qui recherche l'authenticité, et des expériences uniques (en contradiction avec le modèle prédictif)*
- *l'assoiffé du capital social : il ne vit pas l'événement pour l'événement, mais pour le partager sur les réseaux sociaux*
- *le voyageur éthique : il fait attention à sa consommation, il ne va pas dans les pays dirigés par les dictateurs par exemple*
- *le visiteur par obligation : son voyage est dimensionné par des contraintes professionnelles »*

Sans aucun doute, l'avenir nous apportera la réponse. Peut-être un jour serons-nous vraiment accueillis, servis par un robot... Peut-être tout cela ne restera-t-il que fiction...

D'ici à [2030](#), il était prévu une augmentation du pouvoir d'achat des classes moyennes induisant leur plus grande présence sur le marché du tourisme.

Une évolution du monde du travail était également sérieusement envisagée, laissant plus de temps libre et d'argent pour voyager.

Enfin, les entreprises en pleine croissance devaient permettre l'augmentation des voyages d'affaires.

C'était sans compter le Coronavirus qui a rebattu toutes les cartes.

Il faudra nécessairement revoir les projections, tenir compte de tous les nouveaux critères qui sont apparus et proposer une hyper personnalisation toujours plus présente, qui consiste en la personnalisation des offres proposées par les acteurs du secteur du tourisme, pour être au plus près des attentes de leurs clients.

Par exemple : des conditions d'annulation assouplies (notamment en cas de nouvelle crise), des promotions commerciales de la part des voyagistes, hôtels et autres.

Il faudra adopter une stratégie optimale pour relancer le tourisme, s'adapter à la demande, à l'évolution du marché, aux circonstances, et bien sûr proposer des prix avantageux.

Attirer les clients tout en les rassurant.

4) Pour aller plus loin : sondage et analyse

En mai, j'ai choisi de créer un questionnaire pour voir les effets du coronavirus sur la façon dont les français comptent désormais voyager. J'aurais pu me rendre compte de tout cela durant mon stage, mais ça n'a pas été le cas. Je manquais de données « sur le terrain ».

C'est pourquoi j'ai trouvé pertinent la réalisation d'un sondage.

Questionnaire Tourisme et Coronavirus :

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdY5UraokKL47icMbCZbzDLXSAgx5SeWGGUIC7ziUQTNZ_OhA/viewform?usp=sf_link

J'ai reçu **115 réponses** que j'ai ensuite analysées.

Voici le résumé et l'analyse de ces réponses.

◇ Mon sondage comprend 81 femmes, 33 hommes et une personne s'identifiant autrement.

Bien que ce panel comprenne plus de femmes que d'hommes, il est quand même représentatif de notre société. Selon l'INSEE, en France, au 1^{er} janvier 2020, il y a 50,75% de femmes et 47,76% d'hommes.

◇ L'âge des sondés se répartit de la manière suivante :

4,3% de moins de 20 ans

13,9% de 20 à 30 ans

8,7% de 30 à 40 ans

33,9% de 40 à 50 ans

27% de 50 à 60 ans

12,2 de plus de 60 ans

Selon l'INSEE, ceux qui partent le plus en vacances sont les personnes âgées de 40 à 60 ans ainsi que les moins de 20 ans, cependant ces derniers voyagent plutôt avec leurs parents.

Les 40-60 sont ceux qui partent le plus, notamment en famille, car ils ont une situation stable et des revenus plus importants, que par exemple les personnes âgées de 20 à 40 ans.

Les plus de 60 ans tendent à moins partir en vacances.

La tranche d'âge 40-60 est la plus présente dans mon sondage, représentant bien notre société et le tourisme.

◇ « ***Le coronavirus vous a-t-il personnellement concerné ? (vous et vos proches sur le plan de la santé)*** »

20,9% affirment avoir été concernés, contre 79,1% qui ne l'ont pas été.

Bien que la plupart des personnes se situe en Haute-Savoie, région qui a été très touchée au début de l'épidémie, les données recueillies correspondent aux données à l'échelle de la France.

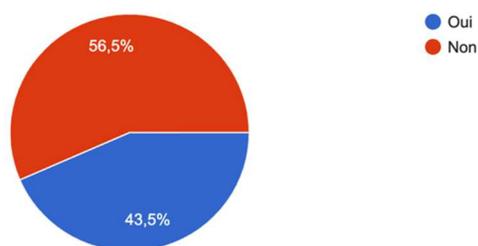
◇ Pour 43% des personnes questionnées, l'épidémie a eu un **impact au niveau professionnel**.

Ce qui veut dire que ces personnes ont eu une perte de revenus. On peut en déduire que, outre la peur d'être contaminés, les français n'auront pas forcément les moyens de partir en vacances dans les mois à venir.

Pour 56,5%, il n'y a pas eu d'impact au niveau professionnel, ce qui reste une part importante de potentiels voyageurs et donc consommateurs.

Avez-vous eu un impact sur le plan professionnel (perte de revenus, chômage...) ?

115 réponses



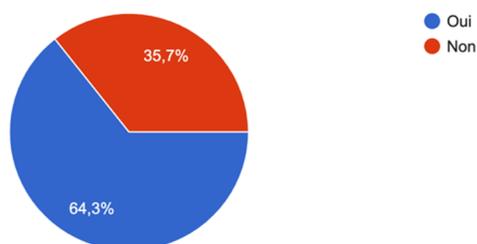
◇ « **Aviez-vous prévu, avant la crise, un voyage en France ou à l'étranger en 2020 ?** »

44,3% avaient prévu un voyage à l'étranger, 26,1% avaient prévu un voyage en France, et 29,6% n'avaient pas prévu de voyage avant la crise.

◇ **63,4% des sondés pensent quand même voyager en 2020**, ce qui est bon signe pour le secteur du tourisme qui est en grande difficulté. 35,7% ne pensent pas voyager en 2020, soit parce qu'ils n'avaient pas prévu de voyage avant la crise, soit parce que leur voyage a été annulé et qu'ils ne souhaitent pas partir.

Désormais, compte tenu de la crise, pensez vous quand même voyager en 2020 ?

115 réponses



◇ Parmi ceux qui pensent quand même voyager en 2020, **73,8% partiront en France**. Seulement 26,2% pensent voyager à l'étranger.

C'est sensiblement conforme aux chiffres au niveau national, d'autant qu'à ce jour les pays rouvrent encore très timidement leurs frontières. La France devrait donc bénéficier d'un tourisme local.

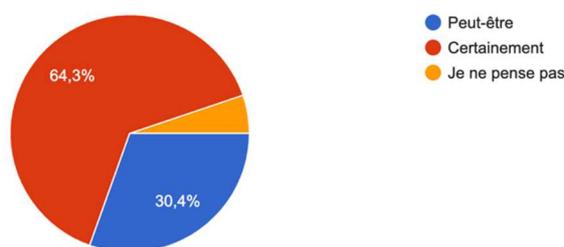
◇ Ceux qui pensent voyager en 2020 voyageront plutôt **en juillet-août à 63,4%**, période habituelle des vacances d'été. 22% en septembre-octobre. 14,6% en novembre-décembre.

Les vacances d'été ne sont donc pas annulées pour la majorité des français, mais certains font le choix de les décaler à l'automne, sans doute pour voir comment évoluera la situation sanitaire.

- ◇ **Seulement 5,2% des sondés ne pensent pas voyager en 2021**, un chiffre anodin si on le compare au pourcentage de français qui ne partent pas en vacances chaque année qui est d'environ 40%. 64,3% pensent avec certitude voyager en 2021. 30,4% peut-être.

A plus long terme, pensez-vous que vous voyagerez en 2021 ?

115 réponses



- ◇ **41,7% trouvent que la crise sanitaire a modifié leur vision des vacances.** 58,3% comptent voyager comme avant.

- ◇ **En quoi leur vision a-t-elle changé ?**

Les voyageurs préféreront un retour aux sources (destinations plus proches du domicile). Il y a une peur/crainte qui s'est installée à cause du virus, les personnes n'ont pas autant envie de voyager.

Ils feront preuve de plus de prudence. Il y a également une prise de conscience environnementale, préférer un tourisme vert au tourisme de masse.

- ◇ **« Quelles propositions commerciales ou gouvernementales pourraient relancer le tourisme selon vous ? »**

La majorité pense à des aides financières, que ce soit une baisse des prix et de la TVA, des primes ou des chèques vacances.

D'autres réponses concernent des mesures sanitaires à mettre en place, notamment chez les sondés plus âgés qui ont plus peur du virus.

Une réponse qui est revenue à plusieurs reprises est de promouvoir un tourisme plus responsable, avec par exemple un système de prime récompensant ceux qui décident de voyager ainsi, incitant les personnes à choisir un tourisme plus durable contre le tourisme de masse.

Ou encore la fin de la pandémie...

De façon synthétique, nous retiendrons donc de ce sondage que l'impact de l'épidémie a été clairement ressenti, qu'il a entraîné une plus grande réserve par rapport à des voyages lointains et que les sondés semblent donc se recentrer sur la France. Pour autant, majoritairement, ils n'entendent pas renoncer à leurs vacances, mais souhaitent que des aides et des garanties leur soient apportées.

Un peu d'espoir donc... Le tourisme a encore de belles perspectives devant lui.

CONCLUSION

Dans un contexte très particulier, tenant à la crise sanitaire que nous connaissons et à l'impossibilité pour moi d'accomplir mon stage chez Madame Vacances, agence de réservation en ligne de séjours en France, ce rapport avait pour ambition de tenter de faire une analyse de l'impact du Coronavirus sur le tourisme, plus précisément sur une forme de tourisme que nous qualifions de tourisme de masse, modèle qui a largement fait ses preuves depuis des années, comme je l'ai rappelé, mais qui semble aujourd'hui être à bout de souffle.

Je me suis donc demandé si la crise sanitaire actuelle pouvait être un facteur, en quelque sorte aggravant, qui, à court ou moyen terme, pouvait conduire à la disparition du tourisme de masse.

S'agissant d'un sujet qui colle à l'actualité, il est difficile d'avoir un recul suffisant. L'évolution de la maladie se poursuit à travers le monde et au moment où j'écris ces lignes, il est impossible de dire jusqu'à quand cela continuera.

La deuxième difficulté que j'ai rencontrée est celle d'une documentation insuffisante puisque si la presse, écrite ou audiovisuelle, a largement relayé, voire rabâché, toutes les informations relatives à la maladie, à son évolution, aux thérapies à venir, etc... force est de constater que ce n'est que dans un second temps, finalement récemment, qu'elle s'est intéressée à l'impact économique de la crise sanitaire.

De plus, la fermeture des bibliothèques ne m'a pas permis d'effectuer des recherches dans des ouvrages.

Enfin, je n'ai pu avoir aucun contact avec l'entreprise Madame Vacances qui devait m'accueillir, et mes mails sont restés lettre morte...

Aussi, après avoir fait des recherches « classiques » sur le tourisme et son évolution passée, je me suis donc beaucoup intéressée aux chaînes d'information pour suivre l'actualité en temps réel.

J'ai fait de nombreuses recherches sur internet, en privilégiant bien sûr des sites officiels. J'ai examiné les résultats de nombreux sondages menés au plan national, voire international, et enfin, pour apporter une touche plus personnelle, j'ai élaboré moi-même, à mon niveau, un sondage que j'ai diffusé via les réseaux sociaux afin de recueillir, puis analyser des données.

Tout ce travail de recherches m'a amenée à la conclusion que le Covid-19 a fait basculer le monde entier dans la tourmente, provoquant, sur le plan économique, une crise qui affectera tous les pays, certes à des degrés divers, pour plusieurs années vraisemblablement, et peut-être même bien après que le virus ait disparu...

Le secteur du tourisme qui, pour de nombreux pays dont le nôtre, est une filière essentielle et représente l'un des premiers secteurs de l'économie a été très largement impacté. Je l'ai évoqué.

Cette crise aura modifié les habitudes et les comportements des touristes, mettant en lumière les difficultés qu'a le secteur à se réinventer.

Par choix puisque cette tendance est apparue il y a déjà plusieurs années, puis par obligation avec la crise sanitaire en 2020, les touristes vont attendre des professionnels qu'ils leur fassent, pour l'avenir, de nouvelles propositions, qu'ils mettent en place de nouveaux concepts.

Le tourisme de masse a sans doute trouvé ses limites en 2020...

Il faut aujourd'hui développer un autre modèle touristique.

Je ne sais pas encore si le tourisme durable, que j'ai largement développé, ou encore des projets plus innovants, comme le tourisme digital, sont l'avenir du secteur, mais très clairement, comme je l'ai dit, il y aura un avant et un après Coronavirus pour le tourisme.

C'est pourquoi il sera intéressant de voir comment va évoluer la situation, tant sur le plan sanitaire qu'économique, à plus long terme.

Qu'en sera-t-il du tourisme dans dix ans, dans vingt ans ?

Cette crise que nous traversons demeurera-t-elle un épisode isolé, un accident de parcours en quelque sorte, ou est-elle amenée à se répéter, voire prendre une autre forme que celle d'un virus planétaire, auquel cas aurons-nous retenu la leçon ?

Serons-nous prêts ?

BIBLIOGRAPHIE

BOYER Marc, Histoire du tourisme de masse, coll. « Que sais-je ? », Éditeur Presses Universitaires de France - PUF, France, 1 juillet 1999, 128 pages

Agenda 21, « Qu'est-ce qu'un Agenda 21 ? », <http://www.agenda21france.org/agenda-21-de-territoire/pour-agir/demarche.html> (consulté le 7 mai 2020)

Acteurs du Tourisme durable « Le tourisme durable » <http://www.tourisme-durable.org/tourisme-durable/definitions> (consulté le 7 mai 2020)

Banque mondiale (2013), « Le tourisme : moteur de croissance en Afrique », 3 octobre, <https://www.banquemondiale.org/fr/region/afr/publication/africa-tourism-report-2013> (consulté le 30 avril 2020)

Booking.com (2017), « Booking.com dévoile les volontés des voyageurs en faveur du tourisme durable », 20 avril, <https://news.booking.com/bookingcom-devoile-les-volontes-des-voyageurs-en-faveur-du-tourisme-durable> (consulté le 8 mai 2020)

Booking.com (2017), « Booking.com dévoile les volontés, objectifs et considérations en faveur du voyage durable en 2017 », 19 avril, <https://news.booking.com/bookingcom-devoile-les-volontes-objectifs-et-considerations--en-faveur-du-voyage-durable-en-2017/> (consulté le 8 mai 2020)

BPI France (2020), « Plan Relance Tourisme : un guichet unique pour les entreprises du secteur », 14 mai, <https://www.bpifrance.fr/A-la-une/Actualites/Plan-Relance-Tourisme-un-guichet-unique-pour-les-entreprises-du-secteur-49518> (consulté le 20 mai 2020)

BPI France (2015), « Le tourisme du futur », 11 juin, <https://www.bpifrance.fr/A-la-une/Actualites/Le-tourisme-du-futur-16508> (consulté le 5 mai 2020)

Caisse des dépôts (2020) « Plan tourisme : 3,6 Md€ pour soutenir la résilience du secteur et préparer l'avenir », 14 mai, <https://www.caissedesdepots.fr/actualites/plan-tourisme-36-mdeu-pour-soutenir-la-resilience-du-secteur> (consulté le 1 juin 2020)

Capital « L'histoire du Club Med en images », <http://photo.capital.fr/l-histoire-du-club-med-en-images-5995#1-tandemn-99369> (consulté le 25 avril 2020).

Consommer responsable (2016) « Les conséquences négatives du tourisme », 27 octobre, <https://consommerresponsable.com/consequences-negatives-tourisme/> (consulté le 9 juin 2020)

Corsica Pro (2020) « Tourisme : Quelles tendances pour la prochaine décennie ? », 17 février, <https://www.corsica-pro.com/actu/!news/tourisme-quelles-tendances-pour-la-prochaine-decennie-> (consulté le 12 mai 2020)

Costa Croisières (2020) « Mise à jour sur la suspension des opérations de la flotte » <https://www.costacroisieres.fr/repartons-ensemble.html> (consulté le 5 juin 2020)

Entreprises.gouv (2018) « Les chiffres clés du tourisme » <https://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques/chiffres-cles-tourisme> (consulté le 30 avril 2020)

Economie.gouv (2020) « Plan de soutien au secteur touristique », 14 mai, <https://www.economie.gouv.fr/covid19-soutien-entreprises/plan-soutien-secteur-tourisme> (consulté le 20 mai 2020)

Economie.gouv (2020) « L'impact de la crise du Covid-19 sur le transport aérien », 26 mars, <https://www.tresor.economie.gouv.fr/Articles/2020/03/26/l-impact-de-la-crise-du-covid-19-sur-le-transport-aerien-et-notamment-en-inde> (consulté le 6 mai 2020)

France tv info (2013) « Histoire de congés payés », 6 février, https://www.francetvinfo.fr/economie/emploi/carriere/vie-professionnelle/droit-du-travail/histoire-de-conges-payes_758989.html (consulté le 28 avril 2020)

Gestion-camping.com (2020) « Coronavirus : quels impacts pour les campings ? », <https://www.gestion-camping.com/guide-gerant-camping/article/41/coronavirus-covid-19-quels-impacts-pour-les-campings.html> (consulté le 3 juin 2020)

L'écho touristique (2020) « Carnival, MSC, Costa reportent (encore) la reprise des croisières », 5 mai, <https://www.lechotouristique.com/article/carnival-msc-et-costa-reportent-encore-la-reprise-des-croisieres> (consulté le 3 juin 2020)

L'express (2019) « Espagne : des militants anti-tourisme vandalisent des voitures de location », 6 août, https://www.lexpress.fr/actualite/monde/europe/espagne-des-militants-anti-tourisme-vandalisent-des-voitures-de-location_2093298.html (consulté le 22 mai 2020)

Le Figaro (2017) « Menacée par le tourisme de masse, Venise interdit l'entrée des paquebots dans la lagune », 8 novembre, <https://www.lefigaro.fr/international/2017/11/08/01003-20171108ARTFIG00342-menacee-par-le-tourisme-de-masse-venise-interdit-l-entree-des-paquebots-dans-la-lagune.php> (consulté le 22 mai 2020)

Le Figaro (2019) « Les mesures contre le surtourisme », 9 août, <https://www.lefigaro.fr/voyages/quotas-taxes-interdictions-les-mesures-de-12-destinations-contre-le-surtourisme-20190809> (consulté le 22 mai 2020)

Le Figaro (2019) « Tourisme de masse : une majorité des français prêts à renoncer à certaines destinations », 8 juin, <https://www.lefigaro.fr/conso/tourisme-de-masse-une-majorite-de-francais-prets-a-renoncer-a-certaines-destinations-20190608> (consulté le 26 mai 2020)

Le Figaro (2020) « Le gouvernement dévoile son plan Marshall », 14 mai, <https://www.lefigaro.fr/societes/tourisme-le-gouvernement-devoile-ce-jeudi-les-contours-de-son-plan-marshall-20200514> (consulté le 18 mai 2020)

Le Monde (2018) « Dix chiffres sur le tourisme en France et dans le monde », 15 mars, https://www.lemonde.fr/economie/article/2018/03/15/dix-chiffres-sur-le-tourisme-en-france-et-dans-le-monde_5271195_3234.html (consulté le 30 avril 2020)

Le Monde (2019) « Le voyageur Thomas Cook fait faillite, 10 000 clients français coincés à l'étranger », 23 septembre, https://www.lemonde.fr/economie/article/2019/09/23/thomas-cook-semble-se-diriger-vers-une-faillite_6012630_3234.html (consulté le 19 mai 2020)

Libération (2019) « Venise : un accident de paquebot ravive les tensions », 2 juin, https://www.liberation.fr/planete/2019/06/02/venise-un-accident-de-paquebot-ravive-les-tensions_1731141 (consulté le 22 mai 2020)

Le savais-tu ? (2018) « Qu'est-ce que le tourisme de masse ? Comment l'éviter ? », 27 septembre, <https://lesavaistu.fr/voyage-comment-eviter-le-tourisme-de-masse/> (consulté le 5 mai 2020)

Madame Vacances <https://www.madamevacances.com> (consulté le 30 mai 2020)

Nouveau tourisme culturel (2015) « Une brève histoire du tourisme » <http://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2015/03/05/breve-histoire-du-tourisme/> (consulté le 27 avril 2020)

Ouest France (2019) « Thomas Cook : la faillite d'un empire touristique né voici 178 ans » <https://www.ouest-france.fr/economie/thomas-cook-la-faillite-d-un-empire-touristique-ne-voici-178-ans-6532807> (consulté le 19 mai 2020)

Organisation Mondiale du Tourisme (2020) « Évaluation de l'impact de la flambée de Covid-19 sur le tourisme international », 24 mars, <https://www.unwto.org/fr/evaluation-de-l-impact-de-la-flambee-de-covid-19-sur-le-tourisme-international> (consulté le 12 mai 2020)

Organisation Mondiale du Tourisme (2020) « Le nombre de touristes internationaux pourrait chuter en 2020 », 7 mai, <https://www.unwto.org/fr/news/covid-19-le-nombre-de-touristes-internationaux-pourrait-chuter-de-60-a-80-en-2020> (consulté le 12 mai 2020)

Organisation Mondiale du Tourisme (2020) « L'OMT propose un dispositif d'assistance technique pour le redressement du tourisme », 12 mai, <https://www.unwto.org/fr/news/covid-19-l-omt-propose-un-dispositif-d-assistance-technique-pour-le-redressement-du-tourisme> (consulté le 14 mai 2020)

Passion Terre « Les différentes formes de tourisme » <https://passionterre.com/tourisme-durable-responsable/> (consulté le 15 mai 2020)

Plan tourisme (2020) « Qu'est-ce que le plan Relance Tourisme ? » <https://www.plan-tourisme.fr> (consulté le 18 mai 2020)

Presse Paris info (2019) « Le tourisme à Paris - chiffres clés » <https://presse.parisinfo.com/etudes-et-chiffres/chiffres-cles-du-tourisme-parisien> (consulté le 15 mai 2020)

RFI (2020) « Les croisières, du changement à l'horizon », 16 mai, <http://www.rfi.fr/fr/podcasts/20200516-les-croisières-changement-à-l-horizon> (consulté le 20 mai 2020)

Savoie Mont Blanc (2020) « Les indicateurs essentiels du tourisme en Savoie Mont Blanc » https://pro.savoie-mont-blanc.com/var/ezwebin_site/storage/original/application/75f9465d8cb7c4462bdfb00d4d6ce1aa.pdf (consulté le 15 mai 2020)

Toute l'Europe (2019) « 10 chiffres sur le tourisme européen », 31 juillet, <https://www.touteurope.eu/actualite/10-chiffres-sur-le-tourisme-europeen.html> (consulté le 30 avril 2020)

Tourisme Express (2018) « Les pays du monde qui dépensent le plus dans le tourisme en 2017 », 26 avril, <https://tourismexpress.com/nouvelles/les-pays-du-monde-qui-depensent-le-plus-dans-le-tourisme-2017> (consulté le 12 mai 2020)

Travel Daily News (2020) « Covid-19 will impact business and leisure travel for years to come », 14 mai, <https://www.traveldailynews.com/post/covid-19-will-impact-business-and-leisure-travel-for-years-to-come> (consulté le 17 mai 2020)

Veille Info Tourisme (2020) « L'impact du coronavirus sur le tourisme », 9 juin, <https://www.veilleinfotourisme.fr/international/dossier-d-actualite-l-impact-du-coronavirus-sur-le-tourisme-dans-le-monde> (consulté le 10 juin 2020)

Voyageons autrement (2008) « Les impacts du tourisme sur l'environnement », 16 avril, <https://www.voyageons-autrement.com/les-impacts-du-tourisme-sur-environnement.html> (consulté le 3 juin 2020)

Wikipédia (2020) « Liste des destinations touristiques mondiales » https://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_des_destinations_touristiques_mondiales (consulté le 17 mai 2020)

Wikipédia (2020) « Le tourisme de masse » https://fr.wikipedia.org/wiki/Tourisme_de_masse (consulté le 6 mai 2020)

Wikipédia (2020) « Le tourisme durable » https://fr.wikipedia.org/wiki/Tourisme_durable (consulté le 15 mai 2020)

Wikipédia (2020) « Thomas Cook » https://fr.wikipedia.org/wiki/Thomas_Cook (consulté le 19 mai 2020)

Yahoo (2019) « Barcelone, Venise... Ces villes européennes en guerre contre le tourisme de masse », 11 août, https://fr.news.yahoo.com/barcelone-venise-villes-europeennes-guerre-155504297.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAG0jxsEnAp2Tg6gZmMg&EzEDrWuK3a7ByEGvKgRCIWcMvJRCsJr4NvGaAQbNhn9RffbR4PVQAoruljmN7O03ywyU46cPmsF2UvhAh1CKJ31VigKDUIY1p2wmyRusxrpWYfB_1KvgW0ldo1b1s4rc2eATImpAflm0O8YPNTS5rqq (consulté le 22 mai 2020)

ANNEXES

ANNEXE 1 : ATTESTATION DE NON-PLAGIAT.....	55
ANNEXE 2 : ATTESTATION DE STAGE	56
ANNEXE 3 : SONDAGE	58
ANNEXE 4 : E-MAIL DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE D’AIR FRANCE	66
ANNEXE 5 : E-MAIL DE LA SOCIÉTÉ AIR FRANCE.....	69
ANNEXE 6 : PLAN RELANCE TOURISME	70

Annexe 1 : Attestation de non-plagiat

Je soussigné(e) CHLOË FUCHS atteste sur l'honneur que le présent dossier a été écrit de ma main, et que toutes les sources d'informations externes ont été citées.

Je suis informé que en cas de plagiat, les sanctions prévues pour fraude dans le règlement des examens peuvent s'appliquer.

Fait à ANNECY le, 11/06/2020

Annexe 2 : Attestation de stage



Année universitaire 2019/2020

Convention de stage n° 19102

ENTRE

Nota : pour faciliter la lecture du document, les mots "stagiaire", "enseignant référent", "tuteur de stage", "représentant légal", et "étudiant" sont utilisés au masculin.

1 - L'ÉTABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT ou DE FORMATION Nom : UNIVERSITE SAVOIE MONT BLANC Adresse : BP 1104 73011 CHAMBERY Tél : Représenté par (signataire de la convention) : Pascal BOUVIER Qualité du représentant : Le Directeur de l'UFR L.L.S.H. Composante/UFR : UFR LETTRES LANGUES ET SCIENCES HUMAINES Adresse (si différente de celle de l'établissement) : BP 1104 - 73011 Domaine universitaire de Jacob-Bellecombette 73011 CHAMBERY CEDEX Tél : 0479758597 Mail : stage.lsh@univ-smb.fr	2 - L'ORGANISME D'ACCUEIL Nom : SKI FRANCE TRAVEL Adresse : 472 Rue de la Leyssé 73000 CHAMBERY Représenté par (nom du signataire de la convention) : Mr GREEN Richard Qualité du représentant : Gérant Service dans lequel le stage sera effectué : RÉSERVATIONS TO INTERNET Tél : 04 79 65 08 44 Mél : SKI FRANCE TRAVEL LTD BP 70603 - 73006 CHAMBERY Tél : 04 79 72 40 49 - Fax : 04 79 72 76 87 Société de droit étranger Au Capital de 2.000 Livres Sterling STREN : 492 153 065 - Code APE : 552 E
3 - LE STAGIAIRE Nom : FUCHS Prénom : Chloé Sexe : F Né(e) le : 27/10/1998 Numéro d'étudiant 51601811 Adresse : 54 CHEMIN DES FINS NORD 74000 ANNECY Tél : 04.50.57.70.12 Portable : 06.25.23.47.72 Mél : Chloee.Fuchs@etu.univ-savoie.fr INTITULÉ DE LA FORMATION OU CURSUS SUIVI DANS L'ÉTABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET VOLUME HORAIRE ANNUEL : L3 ALL, Langues Etrangères Appliquées - Anglais-Italien Nombre d'heures de formation : Plus de 200 heures.	
SUJET DE STAGE : Réservations Tour Opérateurs internet Dates : du 10/03/2020 au 28/08/2020 Correspondant à 833 heures de présence effective dans l'organisme d'accueil et représentant une durée totale de 5 mois 9 jour(s) et 0 heure(s) Commentaire : Déduction de 6 jours fériés.	
Encadrement du stagiaire par l'établissement d'enseignement Nom et prénom de l'enseignant référent(enseignant chargé du suivi du stagiaire ou responsable des stages de la formation): BELL Emma Fonction (ou discipline) : Enseignant Tél : +33 4 79 75 84 97 Mél : Emma.Bell@univ-savoie.fr Si le responsable des stages de la formation n'est pas en charge du suivi individuel du stagiaire, il appartiendra à l'établissement d'enseignement de désigner et de signifier à l'organisme d'accueil, avant le début du stage, le nom et les coordonnées du membre de l'équipe responsable de ce suivi.	Encadrement du stagiaire par l'organisme d'accueil Nom et prénom du tuteur de stage : GABOARDI Roberto Fonction : Responsable réservations tour opérateur internet Tél : Mél : rgaboardi@eurogroup-vacances.com
Caisse primaire d'assurance maladie à contacter en cas d'accident (lieu de domicile de l'étudiant sauf exception) :	

Convention imprimée le : 26-02-2020 09:29:32

CF 1/6

FAIT A CHAMBERY le 26/02/20
27/02/20

POUR L'ÉTABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT

Pascal BOUVIER

Le Directeur

Po P
Pascal BOUVIER

STAGIAIRE (ou son représentant légal le cas échéant)

Chloé FUCHS

L'enseignant référent du stagiaire

Emma BELL

Le Directeur

Po P
Pascal BOUVIER

POUR L'ORGANISME D'ACCUEIL TRAVEL LTD

Richard GREEN

70603 - 73006 CHAMBERY

Tel : 0479 72 40 49 - Fax : 0479 72 40 49

Société de droit étranger

2000118 242111001

15/02/2020

Le tuteur de stage de l'organisme d'accueil

Roberto GABOARDI

no R

Fiches à annexer à la convention :

1) Attestation de stage

2) Fiche de stage à l'étranger (pour informations sécurité sociale voir site cleiss.fr. pour fiche pays voir site diplomatie.gouv.fr)

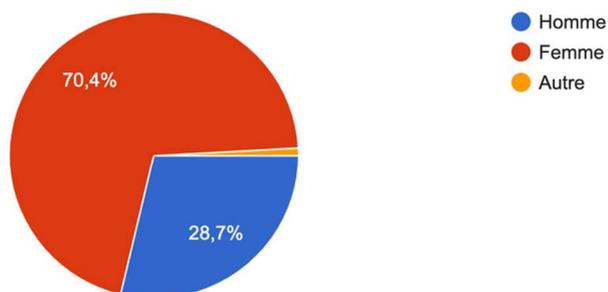
3) Fiche de consignes relative à la déclaration d'accident du travail pour les stages effectués à l'étranger (le cas échéant)

4) Autres annexes (le cas échéant)

Annexe 3 : Sondage

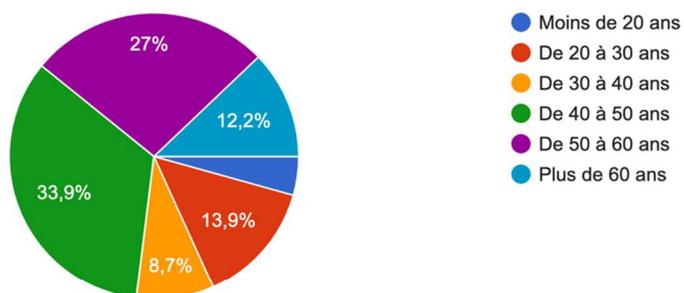
Quel est votre sexe ?

115 réponses



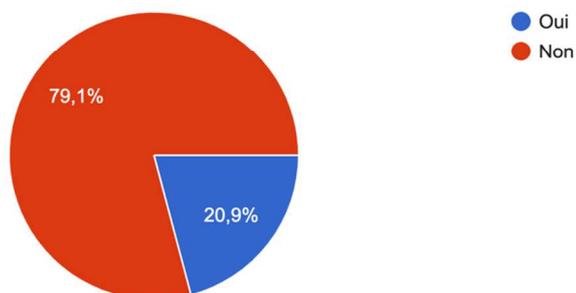
Quel est votre âge ?

115 réponses



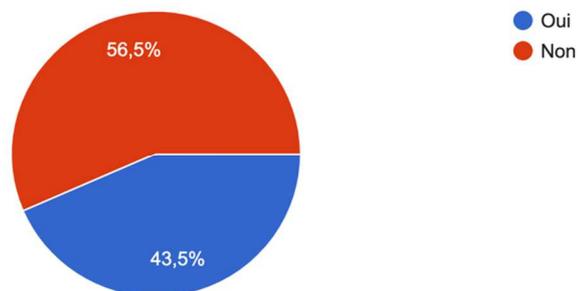
Le Coronavirus vous a-t-il personnellement concerné ? (vous et vos proches sur le plan de la santé)

115 réponses



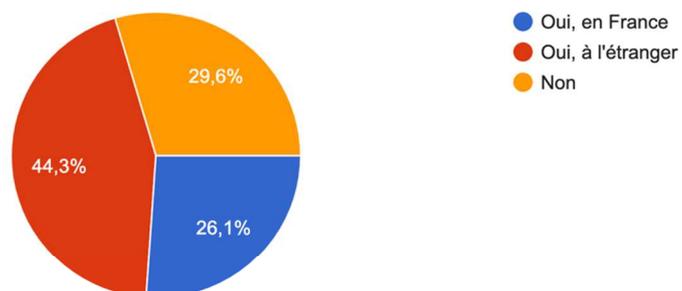
Avez-vous eu un impact sur le plan professionnel (perte de revenus, chômage...)?

115 réponses



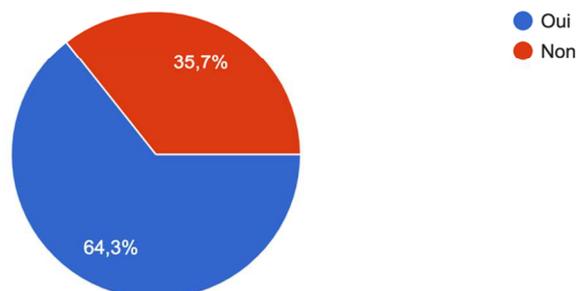
Aviez-vous prévu, avant la crise, un voyage en France ou à l'étranger en 2020 ?

115 réponses



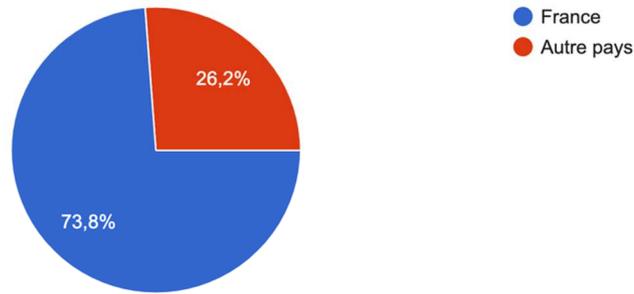
Désormais, compte tenu de la crise, pensez-vous quand même voyager en 2020 ?

115 réponses



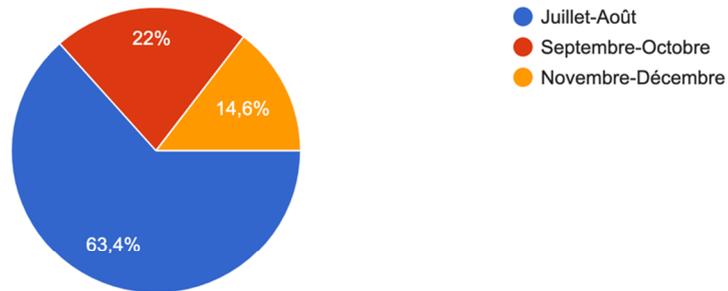
Si oui, plutôt en France ou à l'étranger ?

84 réponses



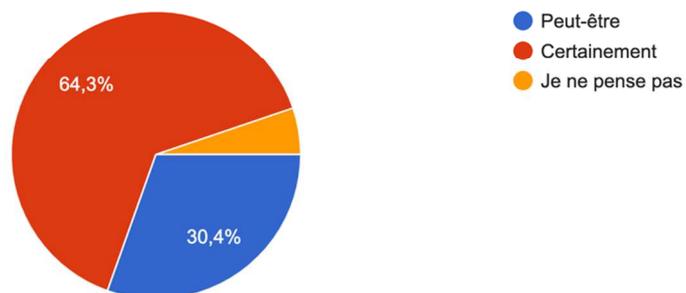
Si oui, sur quelle période ?

82 réponses



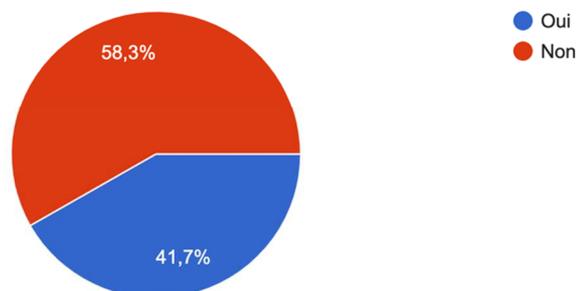
A plus long terme, pensez-vous que vous voyagerez en 2021 ?

115 réponses



Diriez-vous que la crise sanitaire a modifié votre vision des vacances ?

115 réponses



Si oui, indiquez en quoi ?
Moins de convivialité
La crise incite à la prudence. Je pense que je me renseignerai plus sur ma destination, les risques éventuels et je réserverai sans doute le plus tard possible.
Risque sanitaire en cas de déplacement
Plus limite. appréciée la nature
Pas de vacances à l'étranger
Plus de nature mais envie quand même de retrouver l'ambiance des vacances bar sorties etc
comportement sur les plages avec les normes de sécurité à respecter
j'irai sûrement moins loin de chez moi et avec mes proches
pour le moment partout danger
Beaucoup de mesures à penser pour éviter la contagion si le virus est toujours là + choix de rester en France pour faire travailler les indépendants et les commerces et relancer ainsi un peu l'économie
La crainte
Aller dans des lieux moins fréquentés Je ne sais pas
Peur d'aller visiter les pays asiatiques
Règles sanitaires à respecter, moins voire pas d'animation dans les villes visitées (musique, feux d'artifice, événements...) et moins de convivialité peut être (restaurants et distance de sécurité etc)
Sécurité sanitaire du pays concerné à prévoir
Inquiétude
Vacances interrompues, rapatriement en mars et vacances annulées en octobre
Certaines restrictions restent et le virus est toujours présent, il ne faut pas l'oublier.
Incertitudes de pouvoir voyager en Italie
Rester dans mon pays plutôt que d'aller à l'étranger
Prise de conscience de notre impact environnemental et de la beauté de ce qui est proche de chez nous, pas nécessairement besoin de partir loin pour s'évader.
On ne peut plus aller où on veut avec les activités que l'on souhaite
Peur du covid19

plus de crainte durant le voyage et le séjour
Car on peut pas voyager là ou on veut
Compte tenu des risques d'être contaminé par un virus . Je pense que pour notre vie futures nous devons faire plus attention à notre protection.
Règle sanitaire à s'appliquer
La possibilité de passer l'été dans notre département pourquoi pas, nous ne l'avons jamais fait.
Je vais éviter certaines destinations pour le moment et rester prudente sur mes déplacements en général
Pas de voyage à l'étranger dans l'immediat
Nous avons annulé nos vacances au camping,Elles seront plus familiales
Vie sociale
Pas d'avions pour la nouvelle Calédonie
Peur des rassemblements dans les campings
Nous sommes toujours au contact de personnes, dans l'eau, sur la plage le virus se propage vite
Noirmoutier
Revoir les lieux et la façon de partir en vacances. Je pense privilégier du local ou une destination proche. J'étais déjà pas fan du tourisme de masse, après cette crise je vais l'être encore moins. Cela m'a aussi permis de réaliser l'impact du tourisme sur l'environnement mais également à quel point certaines villes ou certains pays sont complètement dépendants du tourisme. Et que donc la crise à un impact économique énorme pour la population qui en vit.
Distanciation sociale et gestes barrières à appliquer
Trop de monde
la vision de l'exigence de l'entreprise
La distance

Quelles propositions commerciales ou gouvernementales pourraient relancer le tourisme selon vous ?
Aides financières
Des chèques-vacances
Incitation financière
Les prix à la baisse ..
Plus de sécurité et de contrôles
Les vacances sont synonymes de détente et de plaisir difficilement compatibles avec le contexte anxiogène actuel . Ce contexte incite davantage à un repli sur soi qu'à une ouverture sur l'extérieur . Seul un vaccin ou un traitement pourrait relancer le tourisme
Un remboursement possible en cas de nouveau confinement. Des offres plus attractives hors vacances scolaires.
Aide au professionnel du tourisme et de nouveaux aménagements
Faire des offres promotionnelles sur les séjours et voyages en France
Ouvrir les frontières
Autoroutes gratuites
Une baisse de la tva
je ne sais pas
Des offres promotionnelles
Réduction de tarif sur transport.

Aucune
Aucune augmentation des locations. Remboursement des locations si de nouveau confinés.
Baisse des prix
je ne sais pas
la réouverture des bars , restaurants
Rabais sur les locations et entrées/visites touristiques
Un plus strict contrôle aux frontières
Je ne sais pas vraiment
Pouvoir voyager en europe cet ete
Rien à foutre du tourisme , ça ne rapporte qu'aux truands
Une aide aux commerçants et indépendants du tourisme, une incitation à passer ses vacances en France
La sécurité sanitaire
un vaccin
Je ne sais pas
Cheques vacances
Ne sais pas trop
Souplesse des réservations et annulations
Que chacun se prenne en charge
C est les vacances
Promouvoir le tourisme dans l'hexagone.
Des billets d'avions moins cher
Sécurisé par des masques et mesures barrières en priorité
Dépistage des touristes, soutien des structures touristiques
aucune pour moi, je ne pars pas de chez moi tant que ce virus ne nous quitte pas.
Propositions commerciales : politique tarifaire intéressante pour les clients pendant une longue durée - Propositions gouvernementales : aides financières massives aux entreprises durant la durée nécessaire et baisse d'impôts pour les personnes ayant perdu du pouvoir d'achat (chômage partiel, etc.)
????
Developper le camping car
Mettre fin au périmètre de sécurité de 100 kilomètres
L'ouverture d'un tourisme raisonné
Bannir les centres de vacances, capitalistes, aseptisées (provoquant généralement des désastres écologiques au passage) où les vacanciers sont entassés et faire la promotions d'alternatives à taille humaine basées sur du commerce locale
Permettre la réouverture des restaurants avec les distances de sécurité préconisées. *Imposer* le port du masque dès que l'on sort pour éviter d'autres vagues de contamination. Trop de personnes prennent encore cela à la légère...
Difficile de répondre car on ne sait pas où on va Lui-même est déjà perdu
Certaines promotions, et le droit de remboursement systématique en cas d'impossibilité de voyager
En autorisant les sorties de territoires
Baisse du prix des billets avion et sncf
Baisse des prix
Une baisse de tva sur ce secteur pourrai aider .

Tourisme proche de la nature retour aux sources
Des réductions sur les voyages proposées par les hotels, vols...
Réductions sur les transports
-Incitation au tourisme vert via des dispositifs gouvernementaux de prime si nous optons pour des vacances soucieuses de l'environnement. -Subventions pour les hôteliers restaurateurs et autres activités touristiques en fonction du chiffre d'affaire perdu entre la moyenne des années précédentes et 2020. -cheque vacance pour les foyers ayant connus une perte de revenu liée à la crise sanitaire
Aucune idée
En l'état de l'ignorance de la vraie nature du coronavirus AUCUNE.
installer davantage de sécurité aux abords des plages, lieux de séjour
Aucune
Le dépistage systématique des personnes
Prendre des mesures sécurisantes obligatoires pour les lieux et personnes recevant du public. Et les mêmes précautions conseillées obligation pour tout public hors du cercle d'habitation habituel.
Un plafond des augmentations des locations
Le masque obligatoire pour tout le monde
Proposer des activités diverses abordables
A
A
Qu'ils interdisent pas complètement le tourisme et de faire en sorte que ça se limite en quelques sortes
Je n'ai pas d'avis, si ce n'est qu' "enfin" connaître notre France tout simplement. Arrêtons le snobisme en se vantant d'aller au bout du monde et ... d'appauvrir cette chère terre si malmenée, nous avons tout : la montagne, la mer, les vallées alors quoi encore et encore ...
Arrêter de ressacer toujours la même chose au infos.on décide de bien d'autres choses aujourd'hui. Refaire de la pub comme avant avec les précautions qui s'impose bien entendu.
des Remises sur les locations ou réservation. Gouvernement inviter les employeurs à laisser leurs salariés prendre leur congé habituel. Via prime pour les employeurs qui respectent la demande de congé malgré la crise. Prime d'aide aux hôtelier et restaurant qui maintiennent l'intégralité de leur personnel malgré la crise.
Une gratuité des visites des lieux publics comme les musées , des bons de réductions pour les familles, autoroutes gratuites pour juillet et août...non je rêve je sais... 
Alors là.... je ne sais pas....
La Fin de la pandémie
Des prix attractifs (péage, location...) , compensé par une aide de l'état pr les prestataires du tourisme
Mettre les personnes touchées par le virus confinées et laissez les autres profiter de la vie
Rien
Ils faudrait des prix attractifs afin que les gens aient envie de partir en vacances. Car actuellement les gens ont encore peur et vont éviter de partir en vacances.
Baisse de prix et limitation du nombre de touristes
Une ouverture des frontières une fois le virus passé
Rien.
Rouvrir bars restaurants campings et autres le plus rapidement possible
Prix plus accessible
Reprise des vols
Réduire le coût des déplacements (autoroute, train, avion)

Annulation de la TVA
De rester en France et de consommer local
Des promotions sur les séjours
Que le virus s'arrête ou sinon des normes d'hygiènes très réglementées
Cela dépend à mon sens de la tranche d'âge visée. Pour les jeunes comme les étudiants une aide financière les motiverait je pense. Concernant les personnes plus âgées comme moi, la question n'est pas liée à une proposition commerciale mais à un risque par rapport au virus et là je ne pense pas que le gouvernement puisse y remédier.
Aide aux vacances pour tous
Rouvrir
gestes barrières et distanciation
Aucune
Prime de vacances
Prime de vacances
Je ne sais pas
Laissez les frontières ouvertes
Promouvoir un tourisme plus responsable et plus équitable. Éviter le tourisme de masse (croisière, autre..) Responsabiliser les compagnies aériennes, le comportement de certains pendant la crise était indigne. Ne pas tout miser sur le tourisme au niveau économique et amener les populations à se diversifier pour ne pas revivre cette situation.
Tarifs attractifs surtout en France
Déconfinement total dépistage pour tous
Ouverture des restaurants
au point de vue de l'économie je ne sais pas mais je pense qu'il faudrait surtout changer la mentalité et le comportement des français qui n'ont pas une image très reluisante même à l'étranger... ailleurs les gens sont bien plus chaleureux
Tourisme moins cher en France
Être sûr que le coronavirus est disparu
Réouverture des bars/restaurants
L'ouverture des restaurants
Tester un maximum de personnes par test serologique, afin de connaître le réel pourcentage de personnes étant immunisé.
Réduction et masques obligatoires
commerciallement une souplesse hebdomadaire et gouvernementale une cohérence des mesures prises
Aucune idee
Baisse des prix
Oui
Réouverture des bars et des restaurants

Annexe 4 : E-mail de la directrice général d'Air France

Chères clientes, chers clients,

Je tiens tout d'abord à vous remercier des nombreux témoignages de soutien que vous nous faites parvenir depuis le début de cette crise. Pour les équipes d'Air France, ces encouragements sont précieux et nourrissent notre volonté de redéployer progressivement nos ailes, à votre service.

Nous avons obtenu le soutien de l'Etat français via la garantie d'un prêt de 7 milliards d'euros, qui permet à Air France d'envisager son avenir avec plus de sérénité. Permettez-moi de vous préciser les engagements que nous avons pris au regard de ce prêt :

1. un plan de reconstruction qui aligne la compétitivité d'Air France sur les meilleures performances mondiales.

2. une accélération de nos engagements dans la transition énergétique du transport aérien, avec notamment :

- un redimensionnement global de notre réseau domestique au départ d'Orly et des régions françaises, en tenant compte des alternatives ferroviaires lorsqu'elles sont inférieures à 2h30 de trajet.

- l'affectation prioritaire de nos investissements au renouvellement de la flotte, en faveur d'appareils de nouvelle génération qui réduisent à la source les émissions de CO2 de l'ordre de 20 à 25%.

- La confirmation de la division par 2 d'ici à 2030 des émissions de CO2 au passager-kilomètre sur l'ensemble de notre réseau, par rapport à l'année de référence de 2005. Sur le réseau domestique,

nous accélérons cette trajectoire en nous engageant sur une baisse des émissions de CO2 de 50% en valeur absolue, entre 2019 et 2024.

- L'utilisation de carburant alternatif durable à hauteur de 2% à l'horizon 2025, appuyée sur l'émergence d'une filière française de production de biocarburant.

Grâce à l'amélioration de la situation sanitaire, nous planifions au départ de Paris Charles de Gaulle une reprise progressive de notre offre de vols pour accompagner vos voyages. A ce jour, Air France dessert un peu plus de 50 destinations. Nous prévoyons de vous en proposer plus d'une centaine d'ici à la mi-juin : une vingtaine de destinations en France, plus de 40 entre Paris et l'Europe, et plus de 30 liaisons intercontinentales. Cela représente environ 15% de notre programme de vols habituel et nous espérons accroître notre offre, dès que les conditions sanitaires et réglementaires permettront la réouverture complète des frontières, intra-européennes d'abord, intercontinentales ensuite.

Pour que vous puissiez envisager votre prochain voyage en toute tranquillité, nous avons aménagé notre politique commerciale en rendant tous nos tarifs flexibles, modifiables sans frais dans la même classe tarifaire.

Enfin, je souhaite partager avec vous l'ensemble de nos engagements en matière sanitaire, afin de vous offrir un voyage en toute sécurité. Nous les avons regroupés sous le label « Air France Protect », et les adaptions régulièrement en fonction de l'évolution de la situation sanitaire et des connaissances médicales.

- Le port du masque chirurgical est obligatoire dès votre arrivée à l'aéroport, ainsi qu'à bord de nos avions pendant toute la durée du vol.

- Tous nos personnels sont également équipés de masques chirurgicaux.

- Le respect de la distanciation physique à chaque étape de votre parcours en aéroport est matérialisé par un marquage au sol et une signalétique spécifique, et renforcé par l'installation de protections en plexiglass sur tous nos comptoirs.

- Du gel hydroalcoolique en libre-service est mis à votre disposition à tous les points de contact en aéroport (bornes libre-service, déposes bagages, embarquement...).

- Un contrôle de température corporelle est mis en place avant l'embarquement de chacun de nos vols (sauf quand la réglementation locale l'interdit).

- L'embarquement a été réorganisé pour limiter les croisements à bord de nos appareils. Nous commençons ainsi par embarquer les passagers assis à l'arrière de l'avion pour ensuite remonter jusqu'à l'avant.

- A bord, nous avons simplifié l'offre de restauration pour limiter les contacts. Nous ne proposons plus de service de boisson et restauration sur les vols inférieurs à 2h30.

Pour les vols plus longs, nous privilégions sur votre plateau, des produits individuellement emballés, filmés ou clochés.

- Nos cabines font l'objet d'un nettoyage quotidien minutieux et sont régulièrement désinfectées avec un virucide homologué à effet prolongé.

- Nos cabines sont équipées d'un système de filtrage de l'air du même type que celui des blocs opératoires (filtre HEPA). L'air des cabines est ainsi totalement filtré et renouvelé toutes les 3 minutes.

Je vous conseille, par ailleurs, de prendre connaissance de la réglementation en vigueur à votre destination, qui peut varier en fonction de chaque pays.

J'ai bien conscience que ces mesures demandent de se familiariser avec de nouvelles habitudes de voyage, mais c'est bien en les appliquant collectivement que la santé de chacun d'entre nous pourra être préservée, et que nous pourrons rouvrir petit à petit le ciel.

Pour nous tous, c'est essentiel.

Bien chaleureusement,

A handwritten signature in black ink, reading "Anne Rigail". The signature is fluid and cursive, with the first name "Anne" and the last name "Rigail" clearly distinguishable.

Anne Rigail
Directrice
Générale
Air France

Annexe 5 : E-mail de la société Air France

Chère cliente, cher client,

Vous nous avez manqué et nous avons hâte de vous retrouver à bord de nos avions.

Vous allez enfin pouvoir rejoindre vos proches, ou partir vous ressourcer dans ces endroits qui vous ont tant manqué.

Petit à petit, nous allons rouvrir notre réseau, et reprendre progressivement nos vols pour vous permettre de voyager à nouveau.

Dans les semaines qui viennent, nous ne pourrons pas vous emmener partout. Nous adapterons notre programme à la levée des restrictions de voyage.

Aujourd'hui, nous desservons près de 50 destinations soit 3% de notre réseau, et nous augmenterons graduellement ce nombre pour atteindre environ 15%.

D'ici fin juin, elles seront plus de 100 en France, en Europe et à l'international.

Plus que jamais, la sécurité à bord de nos avions reste notre priorité pour vous permettre de voyager dans le respect des conditions sanitaires les plus strictes.

En espérant vous accueillir prochainement sur nos vols.

Laurent PERRIER
Directeur Commercial France

Annexe 6 : Plan Relance Tourisme

Bienvenue sur le site du **Plan Relance Tourisme**

Remplissez ces informations et vérifiez votre éligibilité aux aides qui vous concernent :

Quel est votre secteur d'activité ?

<p>Hôtellerie et toutes formes de gestion d'hébergement (hôtellerie traditionnelle, campings, résidences hôtelières, structures d'accueil, résidences de tourisme)</p> <input type="radio"/>	<p>Bien-être et remise en forme (thermalisme, thalassothérapie, SPA, etc.)</p> <input type="radio"/>	<p>Gestion des musées, des sites et monuments historiques, des jardins botaniques et zoologiques des réserves naturelles et des attractions touristiques similaires</p> <input type="radio"/>
<p>Restauration, incluant les services des traiteurs, la restauration rapide et les franchisés</p> <input type="radio"/>	<p>Tourisme social (villages de vacances)</p> <input type="radio"/>	<p>Voyage et transports touristiques (autocaristes de tourisme, tour opérateurs, excursionnistes, transport fluvial, aérien, location de voitures)</p> <input type="radio"/>
<p>Activités des parcs d'attractions et parcs à thèmes, et autres activités récréatives et de loisirs</p> <input type="radio"/>	<p>Organisation de foires, salons professionnels et congrès</p> <input type="radio"/>	<p>L'ensemble des solutions participants à la nouvelle économie du secteur (distribution, collaboratif, etc.)</p> <input type="radio"/>

Quelle est la typologie de votre entreprise ?

Micro-entreprise (sans salariés) <input type="radio"/>	TPE dont micro-entreprise (moins de 10 salariés) <input type="radio"/>	PME (10 à 250 salariés) <input type="radio"/>
ETI (250 à 5 000 salariés) <input type="radio"/>	Grande Entreprise (+ 5 000 salariés) <input type="radio"/>	Association (ayant une activité commerciale) <input type="radio"/>
SEM (Société d'Économie Mixte) et Collectivités Territoriales <input type="radio"/>		

Votre structure a été immatriculée ... ?

Avant le 1er janvier 2019 <input type="radio"/>	Après le 1er janvier 2019 <input type="radio"/>
--	--

Votre région

Valider