

Newsletter Veille internationale

#21 – juin 2024

A destination des partenaires d'Atout France uniquement, chaque article renvoie à une ou plusieurs notes de veille argumentées rédigées par les bureaux d'Atout France à l'international, que vous pouvez également retrouver directement à partir de notre site www.atout-france.fr muni de votre mot de passe adhérent.

Nouvelles tendances

- Les stations de ski européennes, souhaitent **désaisonnaliser** leur fréquentation touristique, notamment face au changement climatique rendant l'enneigement des pistes moins fiable. Celles de Saxe, en [Allemagne](#), ont mis en place le programme d'investissement « tourisme toute l'année » ciblant une clientèle familiale. Dans le canton de Vaud, en [Suisse](#), un crédit de 52 millions d'euros pour le « tourisme 4 saisons » soutient la rénovation durable d'infrastructures.
- La tendance est à **l'allègement des programmes à forfait** en [Corée du Sud](#). Plusieurs agences multiplient leurs offres *slow tourism* accordant davantage de souplesse aux voyageurs. *Hanjin Travel* renforce ainsi depuis avril ses produits mono-destination pour l'Europe, surtout haut de gamme, avec un programme moins chargé.

A retenir

- La dernière édition du [rapport du World Economic Forum](#) (WEF) vient de paraître. Au travers d'un indice de compétitivité des voyages et du tourisme par pays, reprenant une centaine d'indicateurs mesurant les facteurs et les politiques qui permettent le développement durable et résilient du secteur, la France progresse de deux places pour atteindre le 4^{ème} rang, derrière les Etats-Unis, l'Espagne et le Japon. Une performance qui s'inscrit pleinement dans l'ambition d'être la destination touristique durable à l'horizon 2030, et ce dans un contexte d'extrême compétitivité des destinations. Si l'environnement économique et social de notre pays et ses efforts en matière de durabilité sont bien perçus et notés, l'impact socio-économique du tourisme ne l'est pas autant, tout comme la reconnaissance du tourisme comme priorité dans la politique nationale. Sur ce dernier point, la tenue du Sommet Destination France en janvier dernier en présence du Président de la République ne peut que renforcer la visibilité du secteur.
- Au [Japon](#), un bon indicateur de la reprise du tourisme est **l'augmentation du nombre de passeports délivrés**. L'année dernière 3,4 millions ont été remis (contre 1,22 million en 2022) portant le nombre total de passeports valides à 21,5 millions. Il est à noter que la moitié des passeports remis l'année dernière appartiennent à des voyageurs de [30 ans ou moins](#). La faiblesse du yen face à l'euro depuis la période Covid demeure un frein au dynamisme de ce marché émetteur.

Signaux faibles

- Le premier centre de thalassothérapie en [Corée du Sud](#) vient d'ouvrir à [Wando](#), qui était déjà la première station coréenne à recevoir le label Pavillon bleu. Au-delà des ambitions très élevées de ce centre en termes de fréquentation par la clientèle domestique (il est évoqué 1 million de touristes), cette ouverture annonce une évolution des stratégies des destinations extra-européennes, pouvant constituer des opportunités de marché pour la filière française de thalassothérapie.
- Mis à mal par la pandémie et l'explosion des réunions à distance, les [voyages d'affaires](#) des entreprises [autrichiennes](#) retrouvent un chemin de croissance positif. Depuis 2019, la part de la classe affaires est ainsi passée de 5,4 % à 7,5 % des billets d'avion ; dans le même temps la durée des déplacements est passée de respectivement 5 à 5,7 jours, avec des regroupements de rendez-vous en un seul voyage, notamment pour des raisons environnementales. La France était en 2023 pour l'Autriche, la 4^{ème} destination d'affaires en Europe, derrière l'Allemagne, la Suisse et le Royaume-Uni.

La France et ses concurrents

- Bien souvent, les connaissances et les bonnes pratiques existent en matière de développement durable, l'enjeu étant de les faire connaître et d'aider à leur bonne diffusion et appropriation vers le plus grand nombre d'acteurs du secteur du tourisme. C'est toute la philosophie de la plateforme [France Tourisme Durable](#) (FTD) développée par Atout France qui vise, au cœur d'un vaste écosystème de partenaires, à partager et relayer de l'information vers les territoires et les professionnels du tourisme. Cette démarche est d'actualité puisque l'[Allemagne](#) vient de créer le [Centre de compétences pour la transformation verte du tourisme](#) et l'[Australie](#) regroupe les initiatives et labels au travers de son organisme touristique national.
- Suisse Tourisme et Swiss Wine ont lancé en avril la campagne « [Grape Escapes](#) ». Celle-ci vise à participer à la promotion des régions viticoles [suisses](#) en mettant en avant plus de 60 hébergements insolites dans des vignobles mais aussi à faire découvrir de nouvelles régions moins connues.

En image



Crédit : Shutterstock

Alors que la [Chine](#) vient d'interdire de prendre l'avion quand il est possible de parcourir la distance en moins de 2h30 en train, le pays teste le train hyperloop abandonné par de nombreux acteurs, dont Elon Musk lui même. Capable d'atteindre 620 km/h (les 1 000 km/h sont envisagés), il pourrait révolutionner l'équation distance/vitesse et empreinte carbone, si ses concepteurs arrivent à résoudre les colossaux enjeux technologiques et économiques du projet.