

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.

VEILLE INTERNATIONALE

Atout France décrypte les tendances du TOURISME INTERNATIONAL.

OCTOBRE 2024

NOUVELLES TENDANCES

- Face au réchauffement climatique aux effets de plus en plus perceptibles, les touristes tendent à rechercher des destinations plus fraîches. Cette menace sur la fréquentation traditionnelle de l'Europe du Sud s'exprime particulièrement l'été auprès des clientèles **allemandes**, **belges** et **scandinaves**, on parle alors de « **Coolcation** ». Face à cette tendance, le positionnement géographique de la France à mi-chemin du Sud et du Nord de l'Europe est un atout pour son attractivité estivale.
- La demande touristique des **Sud-Coréens** monte en gamme avec des attentes pour des services de qualité supérieures et des expériences uniques. Il est intéressant de constater que cela concerne également les jeunes voyageurs. Les agences de voyages des grands réseaux estiment que le marché des voyages de luxe continuera de croître à mesure que les consommateurs deviendront plus exigeants.

À RETENIR

- Depuis 2008, l'**Allemagne** a instauré le « Prix du développement durable », visant à récompenser les entreprises mettant en place des initiatives pionnières en matière d'innovation et de durabilité. L'édition 2024 a été remportée par Fahrrad-Hotels, une plateforme qui intègre un planificateur d'itinéraires de vélos pour des excursions, et qui propose aux usagers de réserver des hôtels situés à proximité. Cette démarche novatrice a pour but de favoriser les déplacements par le biais de la mobilité douce entre les différents hébergements répertoriés sur cet outil numérique.
- Succès de Smartpricing en **Italie**, qui aide les professionnels de l'hôtellerie à améliorer leur stratégie de fixation des prix afin d'optimiser les ventes et le taux d'occupation des chambres. Cette plateforme a lancé un outil de gestion qui s'appuie sur l'IA, et qui collecte les données internes et externes à l'hôtel telles que les réservations passées/futures, les tendances du marché environnant, le nombre des chambres, les vacances, etc. L'IA tend à se rendre incontournable dans le développement du tourisme.

SIGNAUX FAIBLES

- Alors que l'**ADEME** vient récemment de publier sa deuxième évaluation des GES émis par le tourisme en France (11 % du total national), il est intéressant d'observer ce qu'y est fait à l'étranger. Les **Pays-Bas** disposent ainsi d'un outil pour comprendre non seulement l'impact écologique, mais aussi social et économique du tourisme, afin de les aider à prendre des décisions éclairées en faveur du développement durable. Outre la mise en évidence du poids du transport dans les émissions, ce tableau de bord, fait sur onze marchés source, révèle un indicateur d'éco-efficacité, qui mesure le rendement économique par kilo de CO2 émis, rejoignant des travaux en cours de réflexion chez Atout France.
- La nouvelle campagne « Make Golf Wilder » en **Suède**, autour d'un partenariat entre le WWF et la Fédération de Golf suédoise vise à concilier terrains de golf avec préservation de la biodiversité, via des financements, des projets de réensauvagement et des actions de sensibilisation. Cet engagement concerne tous les golfs du pays et notamment les surfaces non entretenues dites « sauvages » de ces derniers, qui constituent un potentiel non négligeable pour le développement des espèces vivantes (plantes, insectes, oiseaux, etc.). Une initiative à suivre alors que les conflits d'usage se multiplient avec les parcours en France.

LA FRANCE ET SES CONCURRENTS

- La mairie de **Madrid** a mis en place un répertoire des entités sociales de la ville. Il prend forme d'un catalogue, répertoriant les organisations sociales de la ville, à destination des organisateurs d'événements, notamment dans le secteur MICE. Le guide propose des suggestions concernant la responsabilité sociale à inclure dans la planification d'événements en proposant des exemples d'actions concrètes spécifiques pour chaque entité sociale. Ces dernières couvrent le champ social, environnemental et culturel, et les associations répertoriées dans le catalogue sont alignées avec au minimum un Objectif de Développement Durable (ODD). Ce dispositif est certainement un exemple à suivre en matière de durabilité dans le secteur du tourisme d'affaires.
- En cette année olympique et notamment l'accueil des Jeux paralympiques à Paris, il est intéressant d'observer que des villes étrangères, à l'image de Busan en **Corée du Sud**, développent des programmes touristiques en bus dédiés aux personnes à mobilité réduite en fauteuil roulant. Un enjeu d'accessibilité pour le plus grand nombre à ne pas perdre de vue pour nos destinations touristiques.

EN IMAGES

L'**Autriche** a développé une campagne de promotion sous forme humoristique pendant les JOP de Paris 2024, jouant sur la proximité géographique avec la France, et sur l'image de la montagne à destination de ceux souhaitant s'éloigner de Paris le temps des Jeux.



ATOUT FRANCE www.atout-france.fr ©Copyright Atout France - Tous droits réservés. Vous pouvez prendre connaissance des engagements de Atout France en matière de protection des données personnelles en cliquant sur le lien suivant : [mentions d'informations](#). Vous pouvez à tout moment nous interroger ou exercer vos droits à l'oubli, à la rectification, à l'opposition, à l'accès ou à la portabilité de vos données personnelles en nous contactant à l'adresse suivante : contact.rgpd@atout-france.fr. Atout France, 200 Rue Raymond Losserand, Paris, France 75014

[Se désinscrire](#) | [Gérer les préférences](#)