

LE FIL CONTINU



Organisme disposant du Statut consultatif spécial au Conseil Economique et Social de l'ONU

Newsletter N° 63

2 septembre 2015

Edito

- Evolutions et tendances du tourisme dans le monde.....2
- Actualités économiques.....5
 - Nouvelles technologies.....5
 - Finance.....5
 - Start up.....5
 - International.....6
- Actualités de l'ADEC-NS.....6

Le tourisme a constitué l'une des plus importantes sources de croissance économique au 20^{ème} siècle : de 25 millions de touristes sur le globe en 1950, les arrivées ont augmentées jusqu'à 700 millions en 2000, pour atteindre plus d'1 milliard aujourd'hui. Pesant pour 12 % du PIB mondial, le secteur touristique représente la 1^{ere} industrie au monde.

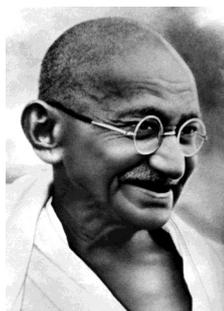
Les pratiques actuelles paraissent pourtant bien éloignées des premières formes de tourisme, où le voyage était conçu comme une formation de l'âme pour les jeunes gens, intellectuels et artistes. Le tourisme est d'ailleurs resté très élitiste sous l'ère coloniale, avec le développement des visites des curieux de métropole dans les contrées sous domination. Au XIX^{ème} siècle, des ménages ont commencé à partir en vacances sans les pères de famille qui étaient des nobles ou bien de riches industriels. Ce n'est qu'après la Seconde Guerre mondiale que le tourisme de masse a connu son essor. Amélioration du niveau de vie, revenus disponibles pour les loisirs et augmentation du temps libre permis par l'émergence des congés payés ainsi que la multiplication des moyens de transport ont été les éléments moteurs de ce boom.

La massification du tourisme n'a néanmoins pas complètement effacé les inégalités d'accès à celui-ci, que ce soit au sein de la population des pays développés ou encore au regard de celle des pays en voie de développement. Toutefois, l'évolution du contexte géopolitique mondial laisse entrevoir des perspectives nouvelles. L'enjeu de la facilitation des voyages (accès, transports, sécurité, politiques des visas etc.) se posera de plus en plus. En parallèle, le secteur connaît des mutations conséquentes avec l'apparition de nouveaux créneaux porteurs.

Citation

« Le plus grand des voyageurs n'est pas celui qui a fait dix fois le tour du monde, mais une fois le tour de lui-même. »

- Mohandas Karamchand Gandhi -



L'équipe ADEC-NS

Agence pour le Développement Economique et Culturel Nord-Sud

Statut Consultatif Spécial auprès du Conseil Economique et Social (ECOSOC) de l'ONU

ADEC-NS - BP 24219 – 31432 TOULOUSE CEDEX 4

Téléphone : 05 67 16 15 16

EVOLUTIONS ET TENDANCES DU TOURISME DANS LE MONDE

Mutations profondes: entre numérique et multiplication des pays touristiques

Le numérique et la révolution des pratiques

Le numérique est en train de révolutionner en profondeur le secteur touristique. Il induit notamment la désintermédiation : les voyageurs préparent et organisent de plus en plus leurs voyages sur internet (choix de la destination, de l'itinéraire, comparaison des prix, achat du transport, hébergement, etc.). L'impact des [blogs](#), forums de préparation au voyage, sites d'avis de voyageurs ou encore des groupes spécialisés sur les réseaux sociaux est de plus en plus considérable. Cette tendance challenge les acteurs traditionnels du secteur, qui doivent [s'adapter](#) à ces nouveaux modes de consommation ainsi qu'à de nouveaux acteurs disruptifs.

De manière générale, la transformation des comportements des voyageurs (recherche de flexibilité et de transparence, choix au dernier moment, volonté de donner du sens à ses vacances) et des supports technologiques poussent les opérateurs à repenser les stratégies marketing de masse pour suivre la tendance du [« sur-mesure »](#).

[L'investissement dans les applications mobiles](#) représente également un enjeu majeur, elles deviennent en effet incontournables dans le secteur, allant des applications d'achat, de guide touristique jusqu'aux applications les plus [innovantes](#).

Pour attirer de nouveaux clients, les acteurs traditionnels recourent de plus en plus à la « [gamification](#) » : promotion de l'image de marque par des jeux vidéo, jeux web et quizz.

Internet permet également de repenser la pratique du voyage, en s'appuyant sur l'esprit colla-



boratif que facilite la toile pour [voyager autrement](#), sans intermédiaire le couchsurfing ou le woofing, qui vont dans le sens de la demande d'authenticité des voyageurs, en sont des exemples phare.

Divers acteurs ont surfé sur cette vague pour proposer de nouveaux concepts hybrides – entre le voyage sans intermédiaire et les acteurs traditionnels - comme l'échange ou le troc de maison, le [logement chez l'habitant](#) ou encore le repas chez l'habitant.

La multiplication des pays touristiques et l'émergence de nouvelles clientèles

A l'heure actuelle, l'Europe occidentale et l'Amérique du Nord restent les premiers pays producteurs, récepteurs et consommateurs de tourisme. Néanmoins ces marchés arrivent à maturité, et sont composés d'une population vieillissante.

La tendance est de plus en plus favorable pour les BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine), qui ont connu une croissance forte au cours des années 2000, générant ainsi une nouvelle classe moyenne et de nouveaux touristes. A titre d'exemple, le nombre de touristes de nationalité indienne [a doublé depuis 2006](#). Plus jeunes et éduqués, ces nouveaux touristes préfèrent souvent les séjours de magasinage et les circuits touristiques aux destinations ensoleillées.

Face à l'évolution démographique en cours (vieillesse de la population des pays avancés, augmentation du nombre de touristes des pays émergents ainsi que des groupes de voyageurs multi-générationnels et des célibataires), les acteurs du secteur touristique doivent mettre en place de [nouvelles stratégies d'adaptation](#) (conception des produits, nature et volume des investissements, stratégies de promotion etc.)

Les pays en développement s'avèrent être de plus en plus attractifs pour les voyageurs. [Les prévisions](#) estiment que d'ici 2030, ils enregistreront une hausse annuelle des arrivées de 4,4 % en moyenne – Asie du Sud en tête – soit une hausse deux fois plus élevée que les pays développés et recevront d'ici peu [plus de touristes](#) que ces derniers.

***Focus:** Marché émetteur connaissant la plus forte expansion depuis des années, le marché chinois s'impose. Aujourd'hui, la Chine génère à elle seule [13% des recettes touristiques mondiales](#). Elle est en train de devenir le plus grand marché de voyageurs d'affaires internationaux, dépassant les États-Unis.*

La Chine, se distingue de plus en plus comme opérateur (signature de partenariats avec d'importantes entreprises touristiques en Asie-Pacifique, et acquisition d'organisations occidentales (Club Med, le Château Montebello, etc.).



La stratégie d'ouverture au tourisme s'explique par des enjeux économiques (notamment en cas d'absence de matières premières ou d'activités industrielles conséquentes, ou par stratégie de diversification de l'économie ou de développement de régions en reconversion). Sur le plan géopolitique, l'ouverture de certains Etats marque une volonté de changer l'image du pays ; à des fins économiques et politiques (à l'instar de la [Birmanie](#), nouvelle destination à la mode). Elle est également envisagée par les Pays du Golfe pour gérer l'après pétrole, comme en témoigne la volonté de créer un hub aérien entre Europe et Asie par le biais de prestations très attractives offertes par les compagnies aériennes de ces pays.

Tendances touristiques en cours et nouveaux créneaux

Tendances en cours du tourisme de loisirs

Les voyages à des fins de loisirs représentaient plus de la moitié des arrivées internationales en 2014.



L'évolution actuelle tend vers la diversification des offres : tourisme balnéaire, de shopping, tourisme culturel, tourisme sportif (été/hiver), tourisme d'aventure, de nature, rural, urbain, tourisme de parcs récréatifs, de croisières, vacances à thème, tourisme de jeux et de divertissement en sont des exemples. En parallèle, les courts séjours/week-ends et la relocalisation des déplacements ne cessent de s'accroître.

Tourisme de mémoire

Les visiteurs – individuels ou groupes (notamment scolaires) recherchent de plus en plus l'authenticité, notamment à travers l'histoire. Ils se rendent sur les lieux qui ont connu de grandes tragédies (de Kigali à Auschwitz en passant par le Ground Zero, les prisons khmères ou encore les cimetières militaires en Europe). Les grandes commémorations génèrent également des afflux conséquents de touristes. Actuellement, le tourisme mémoriel déplace plus de 20 millions de visiteurs chaque année dans le monde et ce marché est en constante expansion.



Tourisme noir



Les randonnées en Afghanistan, les visites de zones syriennes durant le conflit, des côtes somaliennes, ou encore des régions dévastées par des tsunamis/ouragans sont autant d'exemples d'offres proposées par certains tour-opérateurs pour assouvir la quête d'adrénaline des voyageurs. Ce tourisme à sensation est pratiqué essentiellement sur les zones de conflits et les zones de catastrophes naturelles ou industrielles (à l'instar de Tchernobyl ou Fukushima) et grignote de [plus en plus de parts de marché](#).

Marchés de niche et autres nouveaux créneaux

Pour coller à l'évolution des tendances, les opérateurs se positionnent de plus en plus sur des créneaux spécialisés. Ainsi se développent de nouveaux types de tourisme comme les vacances pour la diaspora, le [tourisme gay](#), le [tourisme halal](#) ou encore le tourisme « humanitaire ».

En parallèle, de nouveaux concepts de tourisme [futuriste](#) font leur apparition (chambre flottante et itinérante, zoo de clones d'espèces disparues, croisière en train panoramique etc). La segmentation du marché et l'hyperpersonnalisation recherchée par les clients ne feront qu'accroître la multiplication de nouveaux créneaux dans les prochaines années.

Tourisme durable

Le tourisme durable se veut être une autre manière de voyager ; il est en [lente mais constante ascension](#). Il a le vent en poupe, notamment [auprès des plus jeunes](#). La quête du « vrai », de la « nature authentique » (tourisme d'aventure ou écotourisme), ou de destinations sortant des circuits balisés est une tendance lourde. En Italie, le succès de l'agrotourisme ou encore les hôtels diffus (villages rénovés où cohabitent hôtes et professionnels du tourisme) démontrent l'intérêt porté à ce nouveau type d'hébergement touristique.

Le [tourisme alternatif](#) regroupe les tourisms « durable », « éthique », « solidaire », « responsable » et se conçoit avant tout en opposition au tourisme de masse, de moins en moins reconnu comme favorisant un réel développement des pays pauvres. Promouvant des pratiques plus socialement et écologiquement respectueuses, le tourisme alternatif est aujourd'hui facteur de développement à l'échelle micro-économique (projets locaux).



Avec le déplacement des centres touristiques vers le Sud, la tendance au tourisme éthique ne pourrait que s'amplifier et – comme cela a été le cas pour le commerce équitable – changer d'échelle dans les prochaines décennies.

Depuis son [avènement](#), le tourisme de masse est resté la forme majoritaire de tourisme. Ses impacts négatifs lui sont reprochés – en particulier dans les pays les plus pauvres - notamment sur le plan économique (inflation, hausse des prix immobiliers, investissements dans des infrastructures non prioritaires pour les locaux, saisonnalité de l'activité, dépendance aux multinationales du secteur et fuite des recettes vers l'étranger, fragilisation de l'économie par sa dépendance au tourisme, etc.). Les conséquences sociales ([modification des modes de vie](#) face au spectacle de la consommation ; érosion et folklorisation de la culture, augmentation de la prostitution notamment infantine) et [environnementales](#) (gaspillage de ressources naturelles, pollution, urbanisation des côtes etc) poussent de plus en plus de touristes à voyager autrement.

Tourisme de santé et tourisme religieux : 30% des arrivées mondiales prévues pour 2030.

Tourisme de la santé

Le tourisme de la santé est très porteur en France, notamment dans le domaine des cures, mais une volonté politique de [promotion](#) de celui-ci sur le plan strictement médical se dégage. Certains hôpitaux [s'associent](#) d'ailleurs avec des sociétés spécialisées dans l'organisation de voyages sur mesure.



Au plan international, un tourisme médical de masse est en train de se créer (particulièrement en Asie, notamment vers l'Inde et la Thaïlande). Le nombre de touristes-patients a d'ailleurs doublé dans le monde entre 2007 et 2012. Listes d'attentes prolongées, cherté des soins médicaux dans certains pays et systèmes de santé défaillants dans d'autres amplifient le phénomène. Les opérateurs du tourisme se saisissent de plus en plus de cette manne sur le plan international (hébergement, recours à une agence de voyage spécialisée, package chirurgie-vacances ou forfaits procédure médicale, billet d'avion et hôtel). Des salons du tourisme médical sont par ailleurs organisés partout dans le monde (de Monaco, à Montréal en passant par la Tunisie et la Hongrie).

Tourisme religieux

Le marché du tourisme religieux est colossal sur le plan international, et continu de s'étendre. Les pèlerinages à la Mecque, Jérusalem ou Lourdes, vers différents temples hindous ou bouddhistes ou autres lieux saints ne cessent de se multiplier avec l'augmentation de l'accès des croyants à un niveau de vie plus élevé. Les grands rassemblements religieux (comme les journées mondiales de la jeunesse), drainent également un nombre considérable de touristes.

En parallèle, le créneau du tourisme «spirituel » s'élargit auprès de la clientèle occidentale (exemple des offres de séjours dans un monastère au Tibet).



Tourisme d'affaires : un marché en pleine expansion

Le tourisme d'affaires explose et est investi par de plus en plus de prestataires. En 2015, 14% des touristes internationaux ont voyagé pour des motifs professionnels (congrès, conventions d'entreprises, séminaires, voyages de stimulation ou de récompense ou voyages individuels des commerciaux). Les foires et salons dopent ce marché, de même que l'augmentation du nombre de voyages d'affaires réalisés par les petites entreprises. De plus, la mobilité des travailleurs indépendants et de la [génération Y](#) donnent un nouveau visage au tourisme d'affaires, poussant les opérateurs [à s'adapter](#) (nouveaux comportements, économie collaborative etc). Si la [région parisienne](#) reste le leader mondial, la tendance va vers l'augmentation des flux d'affaires vers les centres économiques tels que Londres, Francfort, Los Angeles, Hong Kong ou encore Shanghai.



L'équipe ADEC-NS

Actualités économiques

Nouvelles Technologies

Intelligence économique et big data : peut-on parler d'innovation disruptive ?



Intelligence économique et Big Data sont-ils complémentaires ou antagonistes ?

La révolution de la data va-t-elle bouleverser le secteur ? Le Big Data est-il disruptif, c'est-à-dire va-t-il provoquer un éclatement des métiers et du secteur de l'Intelligence économique ?

[Lire la suite](#) – Diplomatie Digitale

Objets connectés : de l'eldorado économique au fiasco environnemental ?

S'ils ouvrent la porte d'un marché économique XXL, leur multiplication soulève également la question de leur impact environnemental.

[Lire la suite](#) – Industrie & Technologies

L'économie on-demand crée plus de valeur qu'elle n'en détruit.

Raison de plus pour que les entreprises traditionnelles s'adaptent... et participent à cette nouvelle vague qui emporte leurs salariés et clients.

[Lire la suite](#) – Journal du net

Finance

Pourquoi la finance aime les religions ?

Le monde de la finance est une religion en soi. Pourtant Standard & Poor's vient de créer un indice de valeurs catholiques. Un mouvement encore embryonnaire en France qui reste incomparable au poids de la finance islamique dans le monde.

[Lire la suite](#) – Challenges



Start-up

Existe-t-il encore des secteurs d'activités non exploités par les start-up ?

Aujourd'hui aucun secteur n'échappe à l'émergence et la croissance des start-up et ce pour une raison bien simple, l'innovation numérique est en passe de changer le monde !

[Lire la suite](#) – Dynamique-Mag

Les start-up spécialisées dans le paiement simplifié vont-elles remplacer les banques ?

La mutation des moyens de paiement a changé fondamentalement la vision des banques traditionnelles auprès des particuliers. La dématérialisation a eu un impact certain et les technologies numériques et de l'information ont développé une nouvelle façon de concevoir la banque. Celle-ci est-elle condamnée à la disparition ou peut-elle s'adapter aux changements ?

[Lire la suite](#) – Dynamique-Mag

Actualités économiques

International

Pourquoi Thales Alenia Space débarque en Pologne.

Lors du salon de l'armement MSPO, Thales Alenia Space devrait annoncer un premier contrat auprès du ministère de la Défense polonais. La filiale spatiale de Thales qui a récemment créé une filiale basée à Varsovie, souhaite participer à la constitution d'une industrie spatiale polonaise...

[Lire la suite](#) – La Tribune



Les vins du Caucase reviennent sur le devant de la scène.

Avec les récentes découvertes historiques en Arménie et en Géorgie sur la question de l'origine mondiale du vin, le Caucase revient en force sur ce créneau.

[Lire la suite](#) – Le Caucase

Actualités de l'ADEC-NS

Dîner-débat:

Accueil de S.E.M. l'Ambassadeur de la République d'Ouzbékistan et sa délégation
(cliquez sur la photo pour plus d'infos) :



Le 10 septembre 2015 au Novotel Compans Caffarelli
- Toulouse -

Questionnaire sur la Newsletter

Pour améliorer l'efficacité de nos méthodes de communication et mieux comprendre les besoins de nos membres et de nos lecteurs nous avons réalisé un questionnaire très court et rapide à remplir.

Voici le lien : [questionnaire](#)



Améliorer l'ADEC-NS

Votre participation nous permet de réfléchir à des solutions pour mieux répondre à nos attentes.

***Obligatoire**

1. Plus souvent pour :

- Informations générales
- Une PME ou Start up
- Une grande entreprise
- Un nouveau secteur
- A tous les secteurs

2. Autres :

Agence pour le Développement Economique et Culturel Nord-Sud

Statut Consultatif Spécial auprès du Conseil Economique et Social (ECOSOC) de l'ONU

ADEC-NS - BP 24219 – 31432 TOULOUSE CEDEX 4

Téléphone : 05 67 16 15 16