



Paris, le 9 Mars 2005

*François SOULAGE*  
*Président*

---

## le tourisme et les touristes en 2005

---

### **A – LE TOURISME**

#### **1. Quelques données générales**

Le tourisme est de plus en plus lié au phénomène de mondialisation des échanges et du déplacement. Le tourisme intéresse aujourd'hui la quasi-totalité des pays du monde soit comme destination d'accueil, soit comme émetteur de clientèle.

Le tourisme a vécu très fortement l'irruption d'une société de communication globale dans laquelle les destinations peuvent se vendre dans tous les pays du monde et tous les pays du monde peuvent mener des politiques d'accueil. La publicité s'est emparée de ce marché, en particulier dans sa version la plus internationalisée. Enfin, c'est un secteur dans lequel les méthodes de commercialisation ont le plus évolué en lien avec les outils de communication globale et en particulier avec l'usage de l'internet qui transforme les réseaux de commercialisation et fait accéder à la connaissance ceux qui manient les outils. A l'inverse, cette mondialisation, cette communication croissante et l'usage de l'outil moderne conduisent à une ségrégation importante dans l'accès au tourisme entre ceux qui ont les moyens intellectuels et financiers et ceux qui ne les ont pas.

#### **2. Quelques données sur le comportement des individus**

On assiste à une décroissance très forte de toutes les formes de vacances dites collectives au sens où ce sont des vacances au cours desquelles le cadre est contraint, où l'on rencontre les mêmes collègues de travail, où l'animation est globale, etc. On assiste parallèlement à la montée de l'individu, non pas nécessairement de l'individualisme mais de l'individu qui remplace le « nous » par le « je ». En même temps on constate un besoin croissant de rencontre et de découverte à l'occasion d'une prestation touristique, ceci se rencontre en particulier dans la volonté des couples de profiter des vacances et donc du tourisme pour permettre une meilleur rencontre entre eux et avec leurs enfants. Enfin, on doit tenir compte aussi du besoin des familles monoparentales ou séparées, de profiter de ce moment pour que les enfants puissent profiter de leurs familles. Les individus, du moins ceux qui en ont les moyens, multiplient les occasions de départ, ce qui se traduit en particulier par une diminution de la durée moyenne des séjours, mais de l'augmentation du nombre moyen de séjours effectués par chaque ménage.

#### **3. Quelques données sur la fréquentation touristique**

Nous devons rappeler ici que 40% des Français ne partent jamais en vacances, ce chiffre n'a pas changé depuis 10 ans.

Ces 40% se recrutent dans deux grandes catégories : les seniors et les jeunes. Ce sont les jeunes qui, proportionnellement, sont les plus touchés, en particulier les jeunes de 17 à 25 ans contrairement à ce que l'on peut croire.

Cette catégorie est touchée par trois phénomènes :

- Le besoin de plus en plus important des étudiants de travailler pendant leurs vacances.
- Le fait qu'ils quittent leurs parents tôt sans en avoir nécessairement les moyens du fait de leur contrat de travail précaire qui ne leur donne pas la sécurité de l'emploi.
- Parce que les zones géographiques dans lesquelles habitent le plus grand nombre de jeunes sont aussi les zones économiquement les plus défavorisées et donc dans ces quartiers, dans ces zones urbaines, le taux de non-départ est extrêmement élevé.

#### **4. 90% des Français voyagent en France**

Ainsi, alors que le nombre moyen de touristes étrangers est passé de 26 millions en 1974, à 74 millions en 2004, après une pointe à 77 millions en 2003. Cependant, ce chiffre est faussé puisqu'il considère comme touriste toute personne passant une nuit sur notre territoire. Si on prend le critère de 3 nuits ce sont 40 millions de touristes environ qui seront comptés. Dans cette fréquentation touristique on doit noter la polarisation de la fréquentation sur quelques espaces de plus en plus denses laissant des pans entiers du territoire en jachère touristique.

#### **5. Quelques données économiques**

Le secteur du tourisme est l'un des plus dynamiques en création d'emploi. En 2003, ce secteur avait créé 80 000 emplois bruts et sans doute 55 ou 60 000 emplois nets. Sur un total de création nette d'emplois dans notre pays de 350 000 environ. On voit donc l'importance en terme d'emploi beaucoup plus lourde que le pourcentage de l'activité du secteur du tourisme dans le produit intérieur brut. Ceci confirme l'impact important d'un secteur très employeur de main-d'œuvre par rapport à la capitalisation.

Le tourisme permet un développement économique de zones défavorisées. Dans plusieurs régions de France il est devenu la principale activité, voire même dans certains endroits la seule après le retrait des activités industrielles. A travers le tourisme, c'est tout un pan du commerce et des services publics qui lui-même se trouve en état de continuer à fonctionner, il a donc un rôle moteur pour le développement de zones défavorisées. Il est peu exposé aux délocalisations, sauf bien entendu pour la partie du tourisme à travers les agences de voyage. Enfin, il utilise beaucoup de main-d'œuvre, mais cette main-d'œuvre ne connaît pas des situations très favorables et on doit distinguer à l'intérieur du secteur du tourisme ceux qui se développent bien, qui sont l'hôtellerie de chaînes, les campings, voire les villages de vacances, de ceux qui se diversifient peu et qui se développent beaucoup moins, en particulier l'hôtellerie familiale.

#### **6. Quelques données sociales**

40% des emplois du tourisme sont des emplois saisonniers. Dans ces 40%, un quart des saisonniers en fait son vrai métier, soit 10% du total des emplois. Près de la moitié de ces saisonniers le sont à répétition 3 ou 4 ans, mais seulement 10% d'entre eux, soit 4% du total, ont un véritable métier de saisonnier puisqu'ils effectuent plus de 10 saisons consécutives.

### **B – LE TOURISTE EN 2005**

Il est d'abord un urbain qui ne sait pas bien, ou qui n'a pas l'habitude, de gérer du temps libre et un espace. Le pouvoir d'achat du touriste stagne, ce qui se traduit par exemple par la crise de la restauration. Il sélectionne de plus en plus les régions et cherche, comme on l'a vu au cours des dernières années, à fuir un peu les régions trop denses dans lesquelles la qualité de l'accueil n'est pas satisfaisante. Il change de lieu de plus en plus souvent. Majoritairement le touriste n'est pas celui qui a profité des 35 heures. Sur ce plan on ne doit pas faire d'erreur, les 35 heures ne

touchent qu'une minorité de salariés et le comportement touristique ne semble pas lourdement impacté par cette réforme sociale.

Le touriste ne bénéficie pas dans sa très grande majorité d'une solvabilisation. Le chèque-vacances est loin d'être généralisé, il intéresse aujourd'hui moins de 5 millions de salariés et en particulier il intéresse ceux qui sont déjà favorisés tant sur le plan du salaire que des avantages sociaux, les salariés des grandes entreprises dotées d'un comité d'entreprise. De leur côté, les bons-vacances des CAF sont de moins en moins utilisés, les familles rejetant cet outil qui les stigmatise trop, mais dans le même temps, on voit réapparaître et se développer les vacances « en famille » qui prennent le pas sur le collectif. C'est ainsi qu'en 10 ans, la fréquentation des centres de vacances et de loisirs (les colos) a diminué de près de 40%. Enfin, le touriste en 2005 demande de plus en plus de services et d'animation.

Mais son comportement a également changé à l'égard des produits et, indépendamment des questions de pouvoir d'achat qui ont indiscutablement une influence, on constate que la demande de pension complète ne cesse de décliner, que le camping voit sa part s'accroître, en particulier celle des mobil-home. Enfin, le tourisme rural et tout particulièrement les gîtes ruraux voient leurs demandes exploser. Ceci s'expliquant par des phénomènes de coûts, de fuites des régions dans lesquelles il y a entassement et de la recherche d'une certaine convivialité. Enfin, au fil des années on connaît une croissance régulière de l'usage du camping-car.

La grande baisse que connaît la pension complète s'explique indiscutablement par deux éléments très différents : la baisse du pouvoir d'achat et la volonté de liberté. On notera ici que la demande de court séjour ne figurera pas parmi les comportements induits par les 35 heures, mais s'inscrit beaucoup plus dans une tendance qui avait démarré bien avant, de multiplication des séjours de la part de ceux qui en ont les moyens. Il se trouve que c'est souvent la même catégorie professionnelle qui à la fois bénéficie des 35 heures et a des moyens financiers suffisants.

Il est important de souligner enfin une tendance qui pour le moment n'a pas encore une importance qualitative importante, qui est celle du tourisme solidaire mais qui se retrouve chez beaucoup de jeunes, c'est la recherche d'une autre dimension du tourisme de découverte et de rencontre vers des pays pour lesquels l'occasion de cette rencontre est aussi l'occasion de pratiques économiques différentes.

Au milieu de cela le tourisme social continue à tenir sa place. Mais dans une société en proie à la sinistrose il faut qu'il développe ses atouts qui sont essentiellement autour de la rencontre. Le tourisme social par sa structure offre à la fois la convivialité, un très grand choix du lieu et de mobilité dans le lieu de fréquentation, mais en même temps des valeurs de solidarité marquées en particulier par le maintien dans beaucoup d'entre eux d'une politique de prix fondée sur le quotient familial. Ce risque aujourd'hui c'est de ne plus beaucoup inventer alors qu'il a été porteur d'utopies créatrices.