

OBSERVATOIRE.

DES DEMANDES DES TOURISTES EN FRANCE DANS 10 ANS



EDITION 2021

PRÉSENTATION DE L'OBSERVATOIRE ET DU DISPOSITIF ÉTUDE
INÉDIT CONDUIT PAR L'IFOP AVEC SON VOLET ÉLUS & GRAND PUBLIC

À l'occasion de son 90^{ème} anniversaire et juste avant le début du deuxième été Covid, l'ANETT — Association Nationale des Élus des Territoires Touristiques — a souhaité créer l'Observatoire des demandes des touristes en France pour aider les territoires et les acteurs à évaluer les attentes des Français en matière de tourisme, mais avec une vision à long terme. Un véritable outil à destination de ceux qui aujourd'hui oeuvrent pour le tourisme de demain



Association Nationale des Élus
des Territoires Touristiques

Philippe SUEUR, Président de l'ANETT, Maire d'Enghien-les-Bains (95),
1er Vice-Président du Conseil Départemental du Val-d'Oise

Représentant près de 9% du PIB Français et 2 millions d'emplois directs et indirects avant la pandémie COVID, le tourisme fait partie des secteurs économiques les plus touchés par la crise. Déjà très engagée auprès des territoires et des acteurs du tourisme, la Banque des Territoires a consacré à ce secteur, aux côtés de Bpifrance, l'un de ses premiers plans pour la relance : 3,6 milliards d'euros seront ainsi mobilisés d'ici 2023 pour soutenir ce secteur majeur du dynamisme et de l'attractivité des territoires.

Une attention particulière devra bien sûr être portée à l'intégration des enjeux climatiques et de la transformation digitale, mais également à l'évolution des usages et des attentes. À cet égard, l'Observatoire conçu par l'ANETT, avec le soutien de la Banque des Territoires, apporte un éclairage prospectif particulièrement intéressant. Interrogeant à la fois le grand public et les élus des territoires touristiques, ce nouvel outil contribue utilement à la réflexion sur le tourisme de demain.



BANQUE des
TERRITOIRES
GROUPE CAISSE DES DÉPÔTS

Antoine Troesch, Directeur des investissements de la Banque des Territoires

PRÉSENTATION

L'OBSERVATOIRE est la réunion de 4 acteurs dont l'ANETT (Association Nationale des Elus des Territoires Touristiques qui regroupe près d'un millier d'adhérents) et 3 partenaires experts dans leur domaine : l'Ifop (référént depuis 80 ans en matière de sondages et d'études de marchés), Bilendi (panels) et la Banque des Territoires (Groupe Caisse des Dépôts).

ÉTUDES

UNE MÉTHODOLOGIE unique réalisée par ifop confrontant la vision des Français (étude réalisée par Internet en avril 2021 auprès d'un échantillon de 1500 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, issues du panel Bilendi) à celle des élus (étude réalisée par Internet en mai 2021 auprès de 100 élus des communes touristiques françaises) afin de mettre en perspective et de mieux appréhender les futures décisions liées au développement du tourisme dans les territoires.

Enseignement n° 1 : Un contraste entre la vision des Maires et celle des Français

SYNTHESE DES RÉSULTATS DE L'ETUDE

AUX YEUX DES FRANÇAIS INTERROGÉS « PARTIR EN VACANCES » C'EST AVANT TOUT S'ÉLOIGNER DE SON LIEU DE VIE, ET CELA QUELLE QUE SOIT LA DURÉE DES CONGÉS :

78%

ESTIMENT QUE PARTIR UN WEEK-END EN DEHORS DE CHEZ EUX, LOIN DE LEUR DOMICILE CORRESPOND À L'IDÉE QU'ILS SE FONT DES VACANCES.

VS

52%

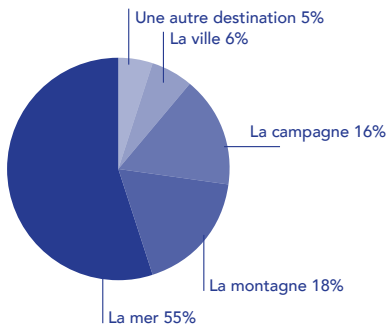
ASSOCIENT AUX VACANCES L'IDÉE DE PARTIR UNE SEMAINE OU PLUS, MAIS À PROXIMITÉ DE LEUR DOMICILE.

LE LIEU DE VACANCES PRIVILÉGIÉ

GRAND PUBLIC

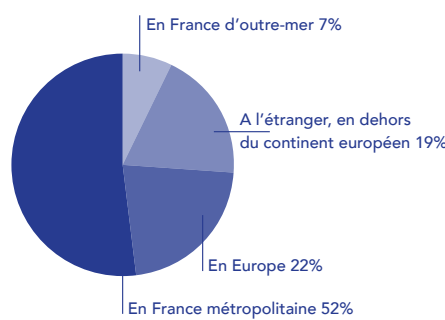
QUESTION

Quel type de destination aurait votre préférence pour les vacances ?



QUESTION

Et vous préféreriez partir...?



Cette distanciation par rapport au lieu de vie implique moins de quitter le pays. En effet 52% déclarent qu'ils préféreraient partir en France métropolitaine, vs 22% en Europe, 19% à l'étranger, 7% en outre-mer plutôt que de se rapprocher de la mer qui reste, même dans 10 ans, la destination préférée des Français pour leurs vacances.

Dans 10 ans, les Français n'aspirent pas nécessairement à quitter le territoire national... mais surtout à profiter des côtes françaises

Les élus interrogés entrevoient un engagement plus soutenu dans les vacances (budget plus important, fréquence de départ plus élevée) ou plutôt une plus grande porosité de la frontière entre vie quotidienne et congés (des départs plus rapprochés mais des périodes de vacances plus courtes, distanciation réduite par rapport au domicile, etc.).



Ce n'est en revanche pas le cas des Français qui, dans leur majorité, n'anticipent pas de francs changements pour leurs vacances dans dix ans, et aspirent plutôt à leur consacrer le même budget et le même temps.

UN POINT DE DIVERGENCE ENTRE LES ÉLUS DES COMMUNES TOURISTIQUES INTERVIEWÉS ET LE GRAND PUBLIC : L'IMPORTANCE ACCORDÉE AU LOGEMENT ET À SON CONFORT

EN EFFET :

75%

DES ÉLUS PENSENT QUE DANS 10 ANS, LES FRANÇAIS PRIVILÉGIERONT DES DESTINATIONS TOURISTIQUES EN FONCTION DE LEUR INTÉRÊT CULTUREL OU TOURISTIQUE

41%

DES FRANÇAIS NE PARTAGENT PAS CETTE OPINION, PRIVILÉGIANT AVANT TOUT DES DESTINATIONS DONT L'OFFRE D'HÉBERGEMENT SERA ADAPTÉE À LEURS BESOINS (59%).

LE MODE D'HÉBERGEMENT PRIVILÉGIÉ POUR LES VACANCES

GRAND PUBLIC

QUESTION

Concernant votre mode d'hébergement, vous préféreriez ?

ELUS

QUESTION

S'agissant plus précisément du mode d'hébergement, pensez-vous que, dans dix ans, les Français préféreraient...?



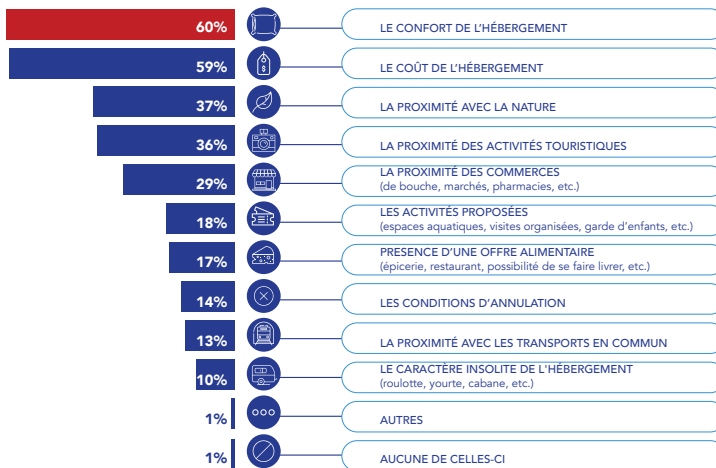
... la qualité de l'offre hôtelière dans le choix de la destination n'est donc pas à négliger.

DU VOLET « GRAND PUBLIC » ET DU « VOLET ÉLUS »

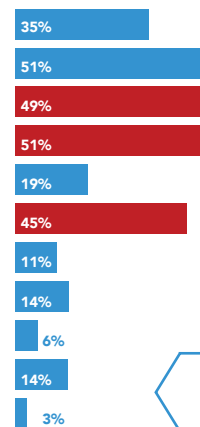
ET QUELS SERONT LES CRITÈRES DE CHOIX DES FRANÇAIS DANS 10 ANS EN MATIÈRE D'HÉBERGEMENT ?

LES CRITÈRES LES PLUS IMPORTANTS DANS LE CHOIX DE L'HÉBERGEMENT

GRAND PUBLIC



ÉLUS



Dans 10 ans, le confort de l'hébergement sera tout aussi important que son prix...

(*) Le total est supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner trois réponses

> Et cela encore une fois à la surprise des élus. Ces derniers ont en effet surestimé l'importance des critères de proximité avec la nature et les activités touristiques (respectivement 49% et 51%), tout comme celui des activités proposées sur le lieu de vacances (45% aux yeux des élus VS 18% aux yeux du grand public).

QUANT AUX ACTIVITÉS QUI AURONT LA COTE DANS 10 ANS ?

Venant confirmer leur intérêt pour les découvertes locales, les Français appellent de leurs vœux la présence de **circuits courts** pour leurs achats (alimentation, souvenirs, etc.) : **85%** estiment qu'ils y seront sensibles.

> Au-delà de leur attirance pour les spécialités du terroir, ce souhait d'une consommation locale s'inscrit dans la recherche de **vacances plus vertueuses** d'un point de vue environnemental, les interviewés s'accordent en effet à dire qu'ils adopteront dans dix ans des vacances plus responsables (86%), même si seulement un peu plus d'un tiers serait prêt à faire des concessions dans cette optique (38%).

Les perceptions des Français et des élus sont plutôt concordantes, à savoir : les découvertes locales et les activités en lien avec la nature.

LES ACTIVITÉS CULTURELLES N'ONT TOUTEFOIS PAS ÉTÉ IDENTIFIÉES PAR LES ÉLUS COMME UNE ATTENTE PRIVILÉGIÉE DES FRANÇAIS.



Dans une optique de réduire l'impact environnemental de leurs vacances : 4 Français sur 10 affirment qu'ils seront très sensibles dans 10 ans à la façon dont seront gérés les déchets sur leur destination.

> **20%** des élus estiment que les Français y seront très sensibles.



Les modes de transport individuels et l'avion resteront, aux yeux des Français, leurs deux modes de déplacement privilégiés pour se rendre sur leur lieu de villégiature.

ET ENFIN QUANT AUX SOURCES TRADITIONNELLES D'INFORMATIONS, ELLES JOUISSENT ENCORE D'UNE BELLE INFLUENCE AUPRÈS DU GRAND PUBLIC.



LES FRANÇAIS CONSIDÈRENT QUE LES OFFICES DE TOURISME (45%) ET LES CONSEILS DES HABITANTS OU DES COMMERÇANTS (31%) RESTERONT, DE LOIN, LES DEUX MOYENS D'INFORMATION PRIVILÉGIÉS POUR S'INFORMER SUR PLACE.



CES SCORES CACHENT TOUTEFOIS DES PERCEPTIONS TRÈS HÉTÉROGÈNES, LES PLUS JEUNES, SANS SURPRISE, BOUDANT D'AVANTAGE LES SOURCES LOCALES D'INFORMATION À LA FAVEUR DES RÉSEAUX SOCIAUX NOTAMMENT.

OUTILS

Retrouvez le rapport complet des résultats de l'étude **ifop** Édition 2021 avec le volet élus et grand public ainsi que l'ensemble de l'actualité de l'Observatoire et ses informations sur <https://www.communes-touristiques.net/actions/observatoire-tourisme-anett/>



Les apports de l'Observatoire pour aider les élus :

- collecter les données et réaliser des études de référence
- croiser les attentes du public avec les prévisions des élus
- solliciter le regard des acteurs du tourisme
- favoriser les contributions
- bénéficier d'un observatoire interactif qui va évoluer

PRÉPARONS ENSEMBLE L'OBSERVATOIRE

Observatoire qui sera alimenté par des contributions des acteurs du tourisme
Elargissement du public à la clientèle étrangère
Données nourries par des témoignages

Devenez acteur en participant à l'Observatoire
Pour contacter l'Observatoire : contact@communes-touristiques.net
Nous vous invitons à y poser vos questions, retours de terrain, idées,... SOYEZ ACTIFS !

EDITION 2022

CONTACTS



Géraldine Leduc
Directrice générale
gleduc@communes-touristiques.net

Simon Lebeau
Chargé de mission
slebeau@communes-touristiques.net



**BANQUE des
TERRITOIRES**
GROUPE CAISSE DES DÉPÔTS

Les Directions régionales de la Banque des Territoires sont vos interlocuteurs en région. N'hésitez pas à les contacter.

Retrouvez les dispositifs de relance pour le tourisme de la BDT sur :
<https://www.banquedesterritoires.fr/nos-dispositifs-de-relance-pour-le-tourisme>

Toute l'actualité des territoires est sur www.banquedesterritoires.fr/edition-localtis



**DÉPARTEMENT OPINION ET
STRATÉGIES D'ENTREPRISE**

Jérôme Fourquet
Directeur
jerome.fourquet@ifop.com

Marion Chasles-Parot
Directrice de clientèle
marion.chasles-parot@ifop.com



DIRECTION DES PANELS

Lucie Deliry
Directrice France & Espagne
l.deliry@bilendi.com

Laurent Renault
Directeur
Development France
l.renault@bilendi.com