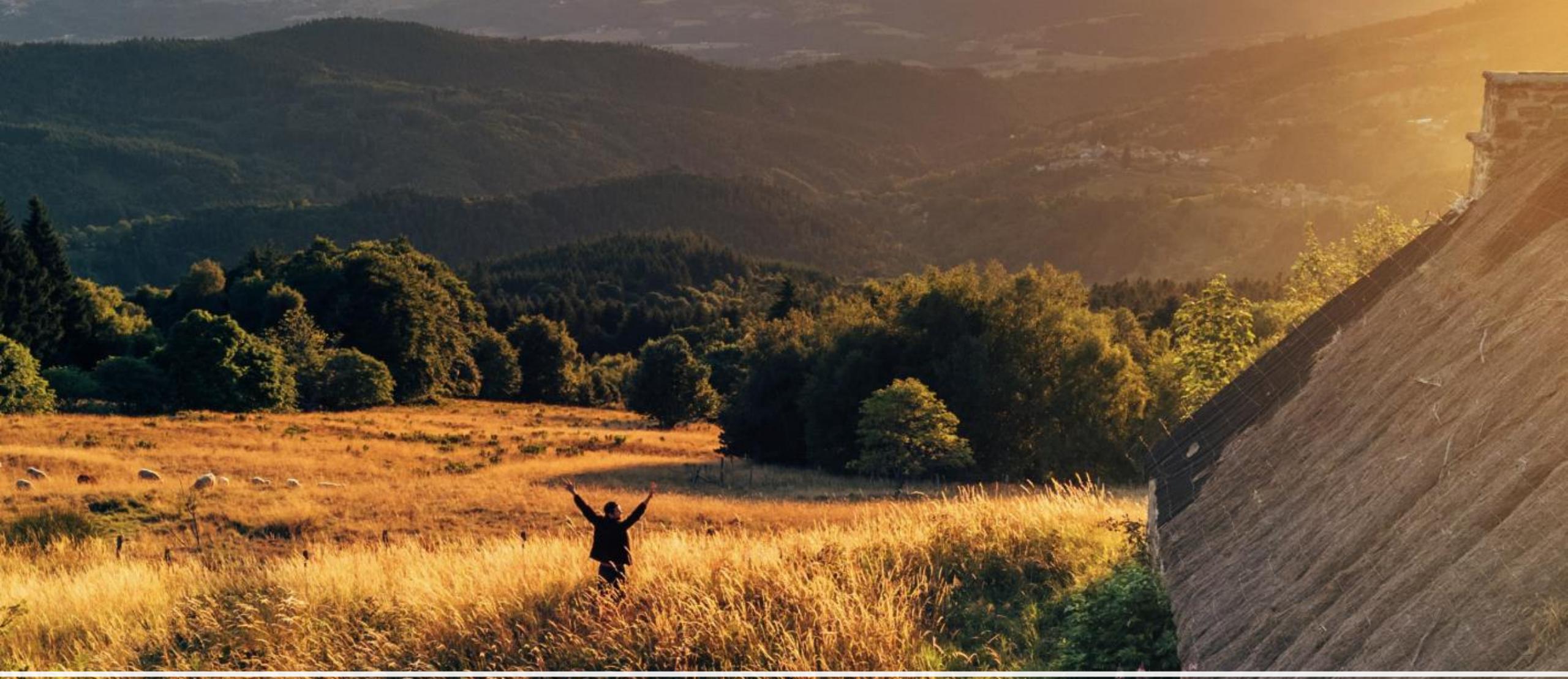




# Forum **tourisme** de demain

Jeudi 20 novembre 2025



Petit retour sur l'actualité du tourisme

**MARTIAL YOU LA FRANCE N'EST PLUS  
LA PREMIÈRE DESTINATION TOURISTIQUE**

**RTL**

# PAYS LES PLUS TOURISTIQUES

france   
tv  
direct

EN NOMBRE DE VISITEURS :

 France : 102 millions



Espagne : 93,8 millions

 États-Unis : 72,4 millions



Italie : 57,8 millions

# PAYS LES PLUS TOURISTIQUES

france   
tv  
direct

EN RECETTE (en dollars)



États-Unis : 215 milliards



Espagne : 106,5 milliards



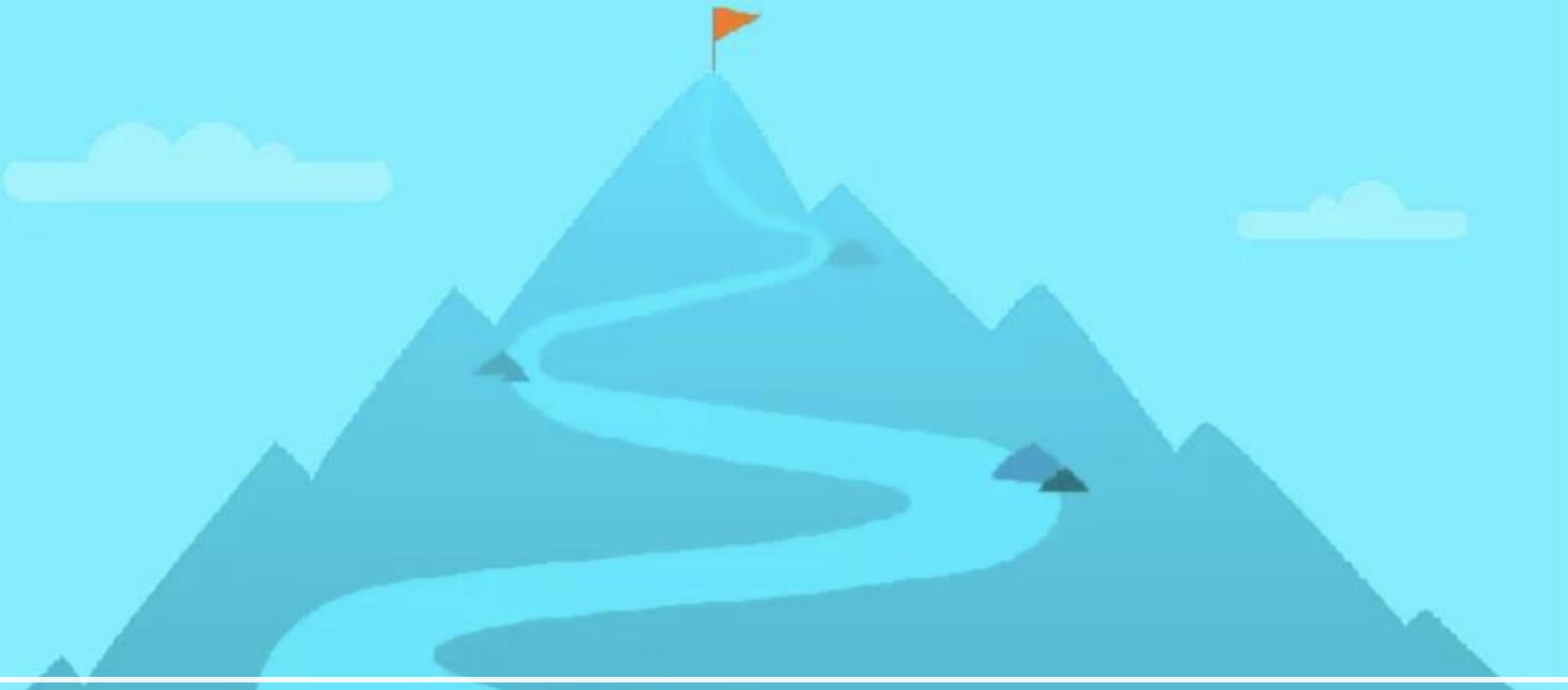
Royaume-Uni : 84,5 millions



France: 77,1 milliards

**Objectif en 2030 :**  
**faire de la France la 1ère**  
**destination durable au monde**  
**et atteindre 100 milliards d'euros**  
**de recettes internationales.**





100 Milliards est ce un objectif ? Et si on parlait de progrès, de plan de progrès?

# Juste quelques chiffres pour situer le sujet

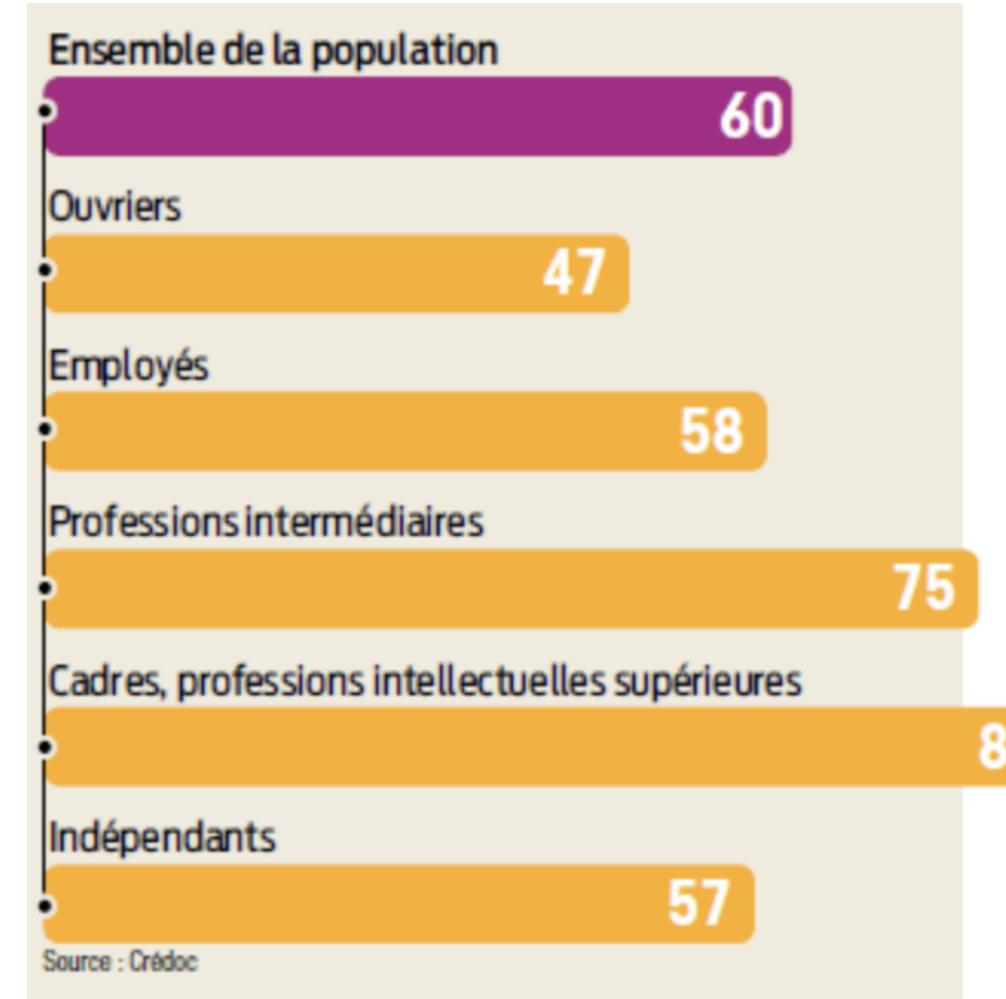
La consommation intérieure du tourisme (CA) = **197Mds€**

- La clientèle domestique = **123Mds€** soit pile deux tiers
- Les clientèles étrangères = **71Mds€** soit pile un tiers



# Les angles morts du tourisme

---



# Les angles morts du tourisme

---



**Comment Airbnb a changé le secteur du tourisme**

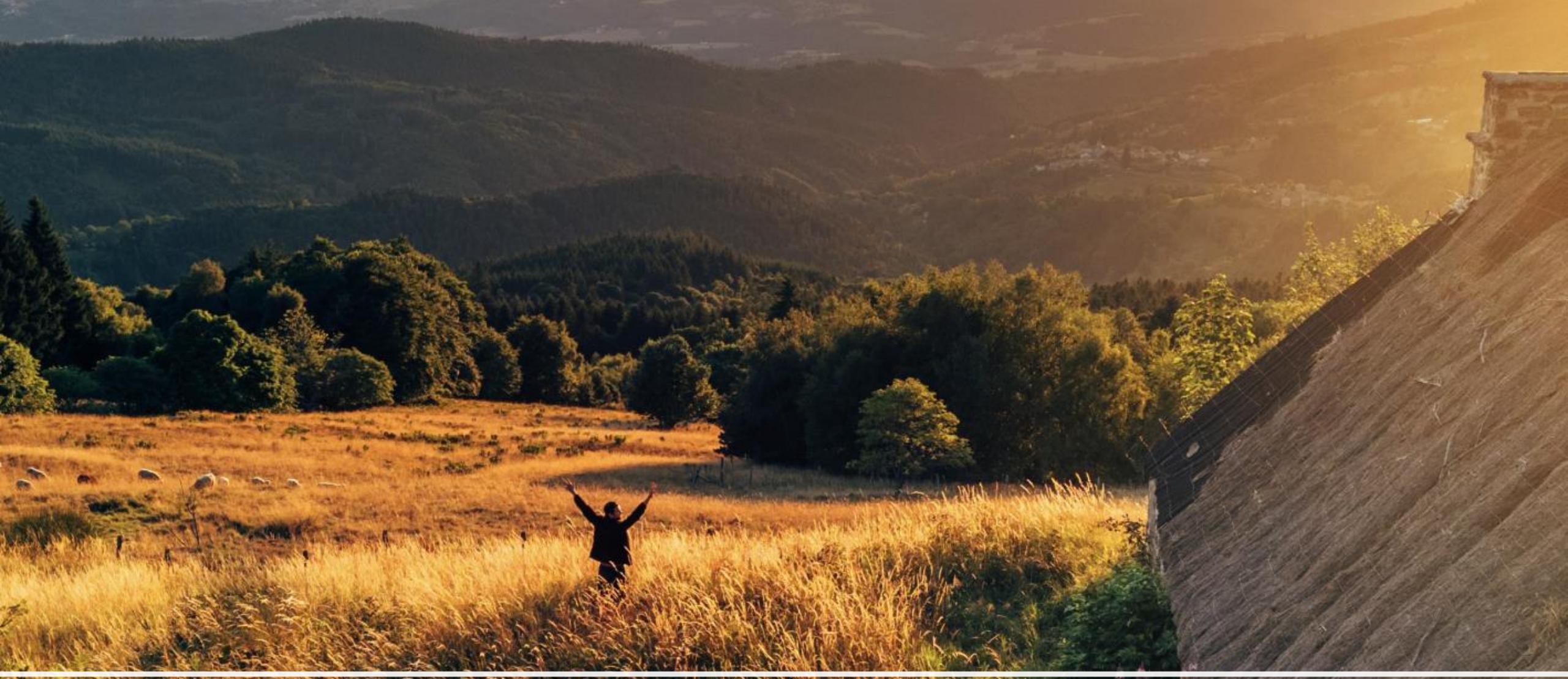
Publié: 26 août 2025, 17:18 CEST

# Les chiffres insolites d'Airbnb

## Une nouvelle géographie touristique

- ❖ En 2024, les voyageurs sur Airbnb ont visité un nombre record de 110 000 destinations à travers le monde,
- ❖ Aux seuls États-Unis, plus de 2 100 villes sans infrastructure hôtelière ont accueilli leurs premiers touristes venus par l'intermédiaire de la plateforme. Cela a généré 10,5 milliards de dollars de revenus pour les hôtes de ces zones en 2022
- ❖ . Dans les dix villes les plus visitées de l'Union européenne, en 2024, plus de 260 000 voyageurs sur Airbnb ont séjourné dans un quartier où l'offre hôtelière est inexistante. La moitié des voyageurs sur Airbnb au sein de l'Union européenne déclarent qu'ils n'auraient pas visité le quartier dans lequel ils ont finalement séjourné.
- ❖ **Le PAP, c'est 85% du gain de nuitées marchandes entre 2019 et 2025**





Les défis du tourisme : retrouver une légitimité

Et tout d'un coup tout est devenu, trop !



**Surtourisme** : ces lieux à éviter absolument l'été



CNRS ÉDITIONS

# Tout d'un coup le tourisme est devenu le bouc émissaire



# Le tourisme bouc émissaire pour canaliser les tensions sociétales



# Un nouveau défi de légitimité

DÉBATS • CHRONIQUES

---

## CHRONIQUE



Elsa Conesa

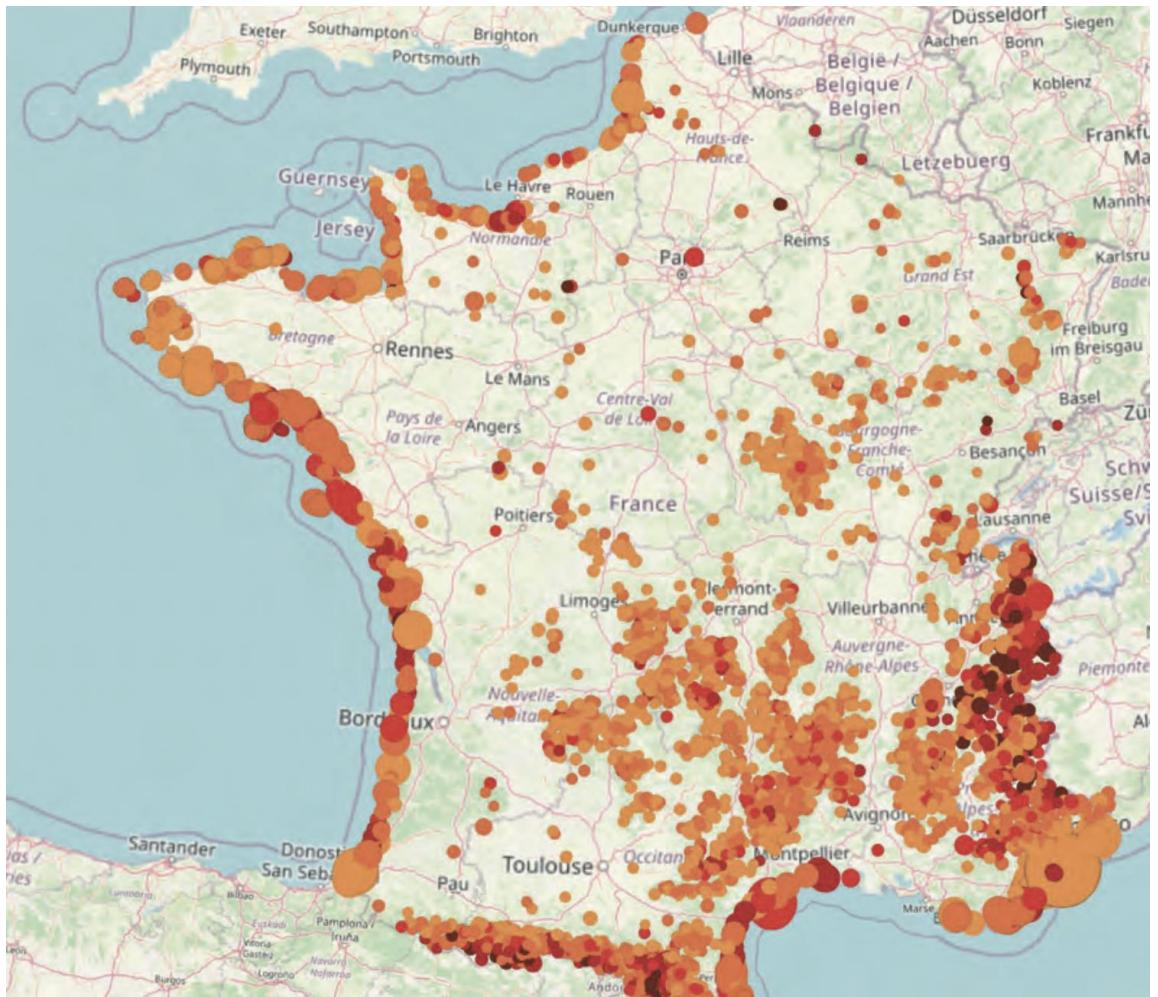
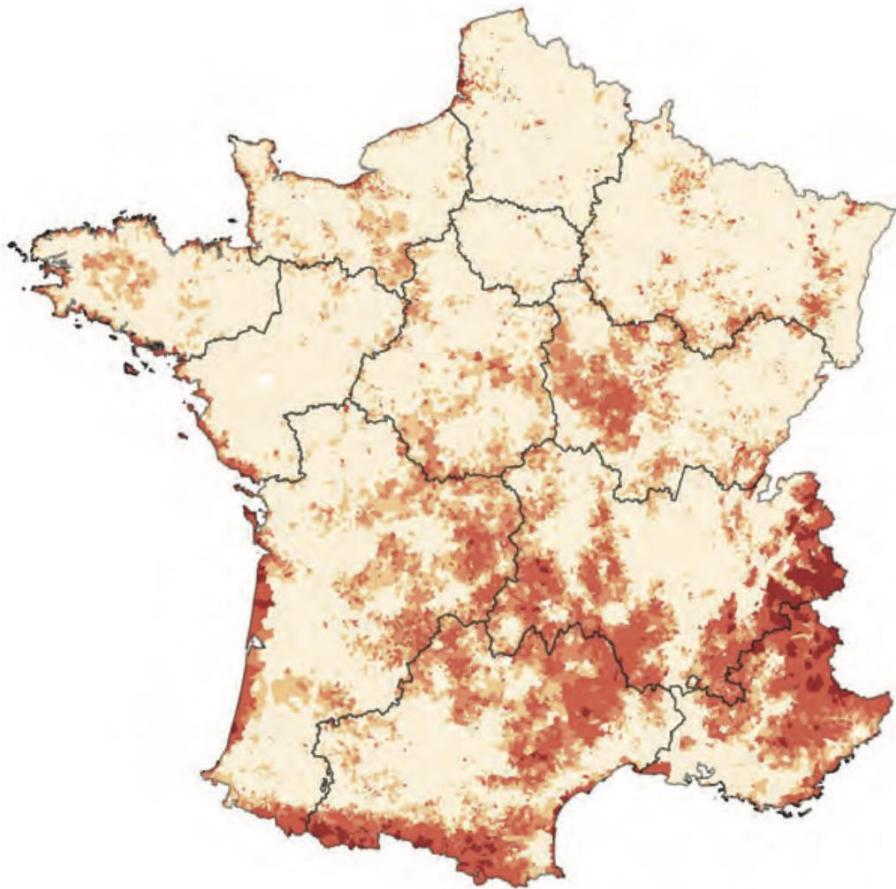
**« Le tourisme ne crée pas de valeur : c'est une rente assise sur un legs de l'histoire que les siècles ont tamisée »**

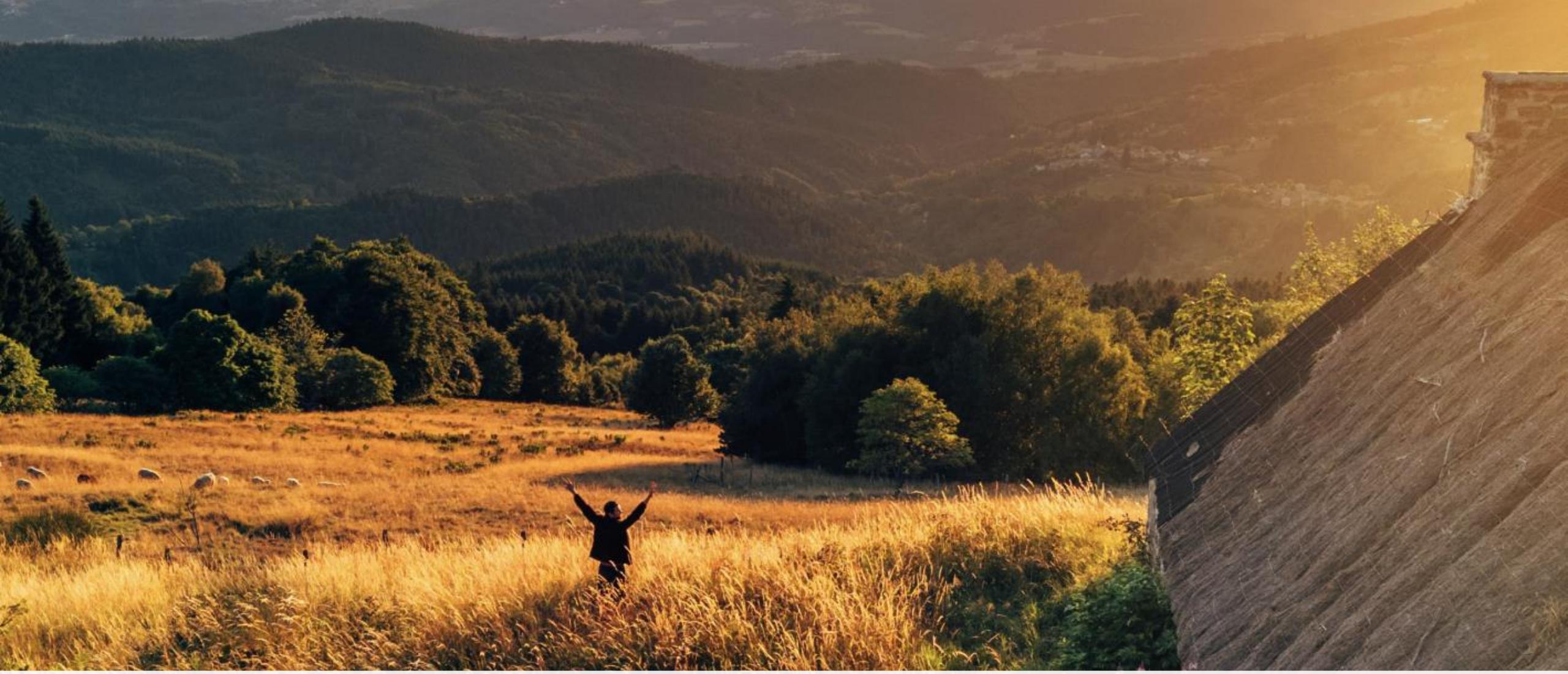
La France est la première destination touristique mondiale. Mais cela ne contribue pas tant que cela à la richesse nationale, observe Elsa Conesa, journaliste au « Monde », dans sa chronique.

Publié le 15 février 2024 à 09h00 | ⏲ Lecture 2 min.

# Un nouveau défi de légitimité

---



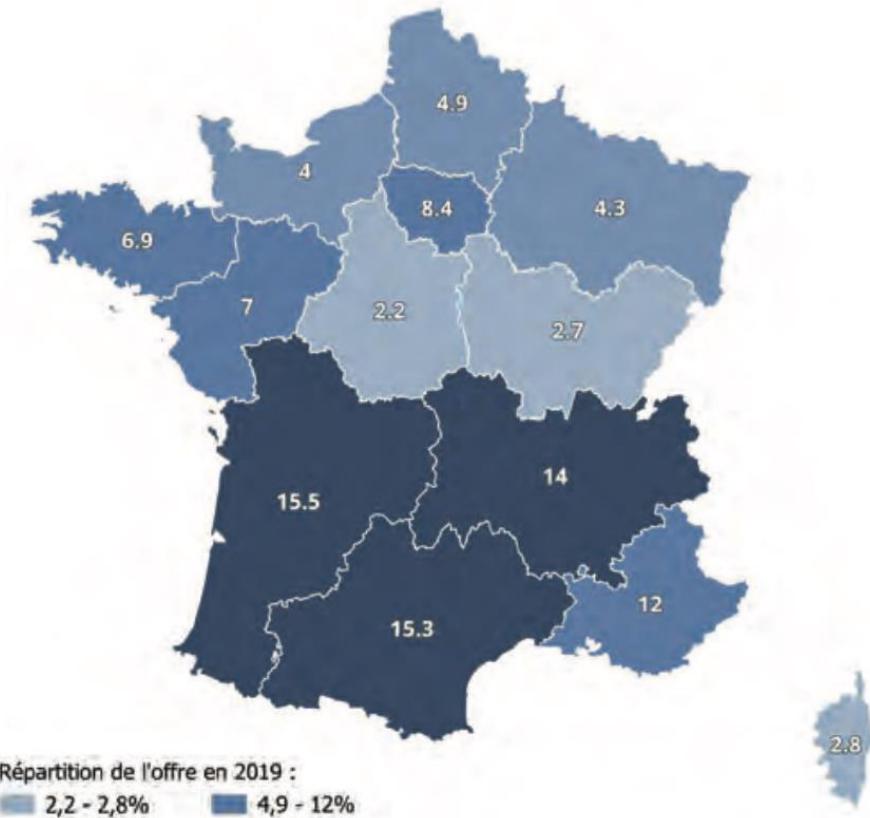


Le défi de la légitimité, Le défi de la transition, c'est aussi celui de l'évolution de nos organisations et de nos stratégies

# Evolution de l'offre 2019- 2024

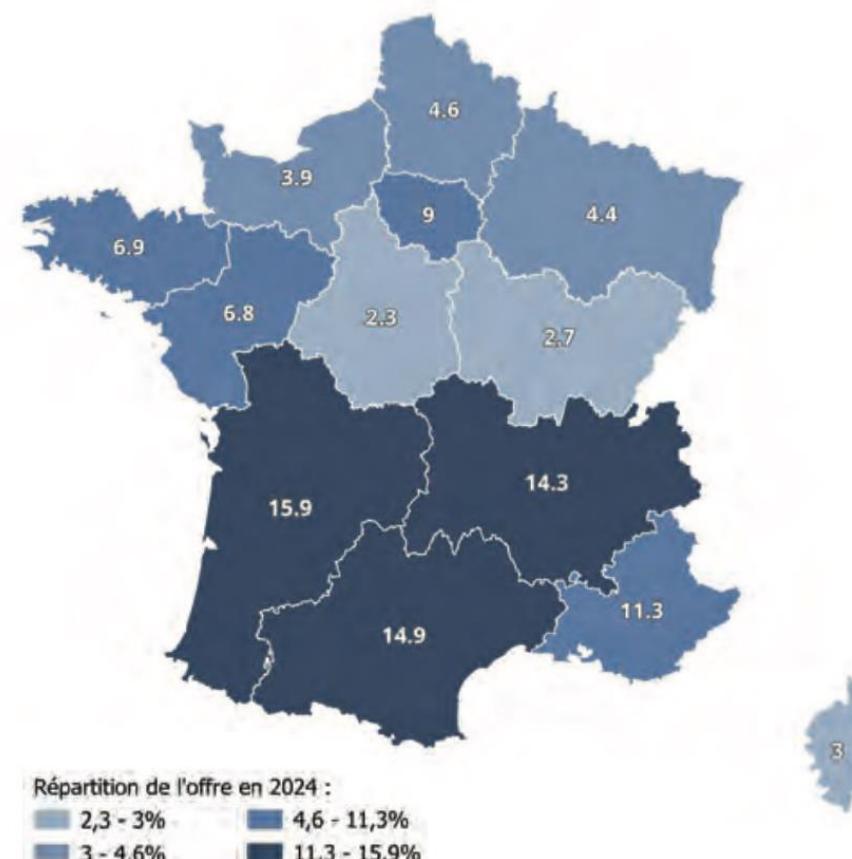
RÉPARTITION DE L'OFFRE D'HÉBERGEMENTS COLLECTIFS  
PAR RÉGION EN 2019

Champ : France hors DOM – Source : Insee



RÉPARTITION DE L'OFFRE D'HÉBERGEMENTS COLLECTIFS  
PAR RÉGION EN 2024

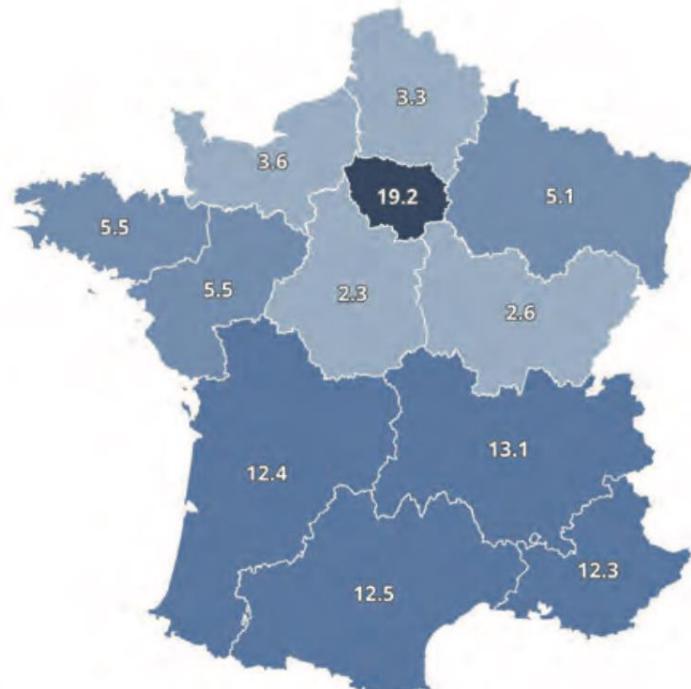
Champ : France hors DOM – Source : Insee



# Evolution de la fréquentation 2019- 2024

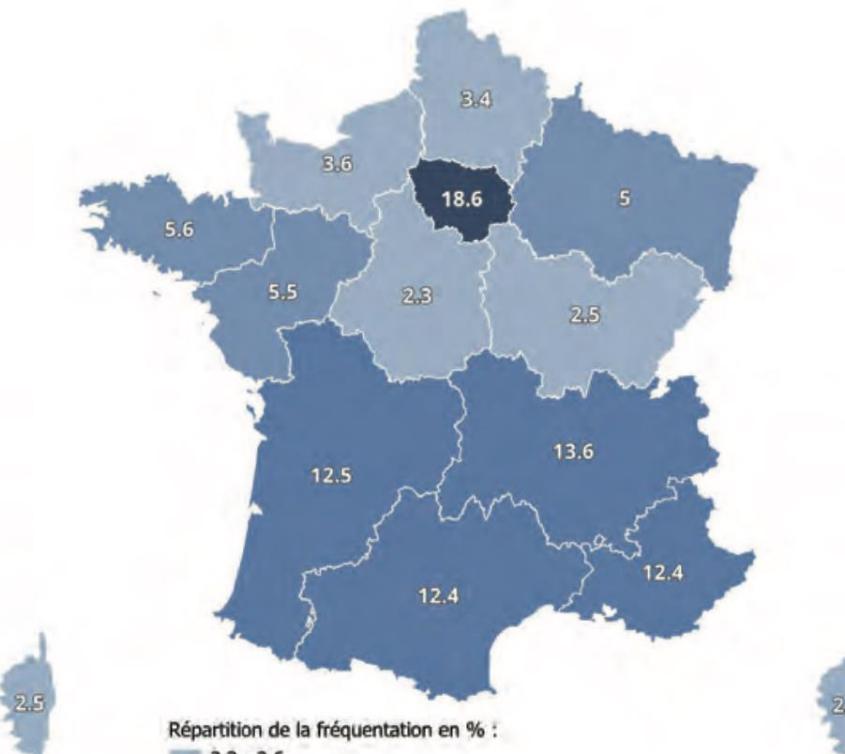
RÉPARTITION DE LA FRÉQUENTATION DES HÉBERGEMENTS  
COLLECTIFS PAR RÉGION EN 2019

Champ : France hors DOM — Source : Insee



RÉPARTITION DE LA FRÉQUENTATION DES HÉBERGEMENTS  
COLLECTIFS PAR RÉGION EN 2024

Champ : France hors DOM — Source : Insee



**ICI**

**C'EST MIEUX ?**

**LÀ**

**C'EST MIEUX ?**

250 Millions d'euros pour dire qu'ici c'est mieux que là !



# On crée une fausse concurrence qui coute très chère

---



Parc  
naturel  
régional  
de l'Aubrac

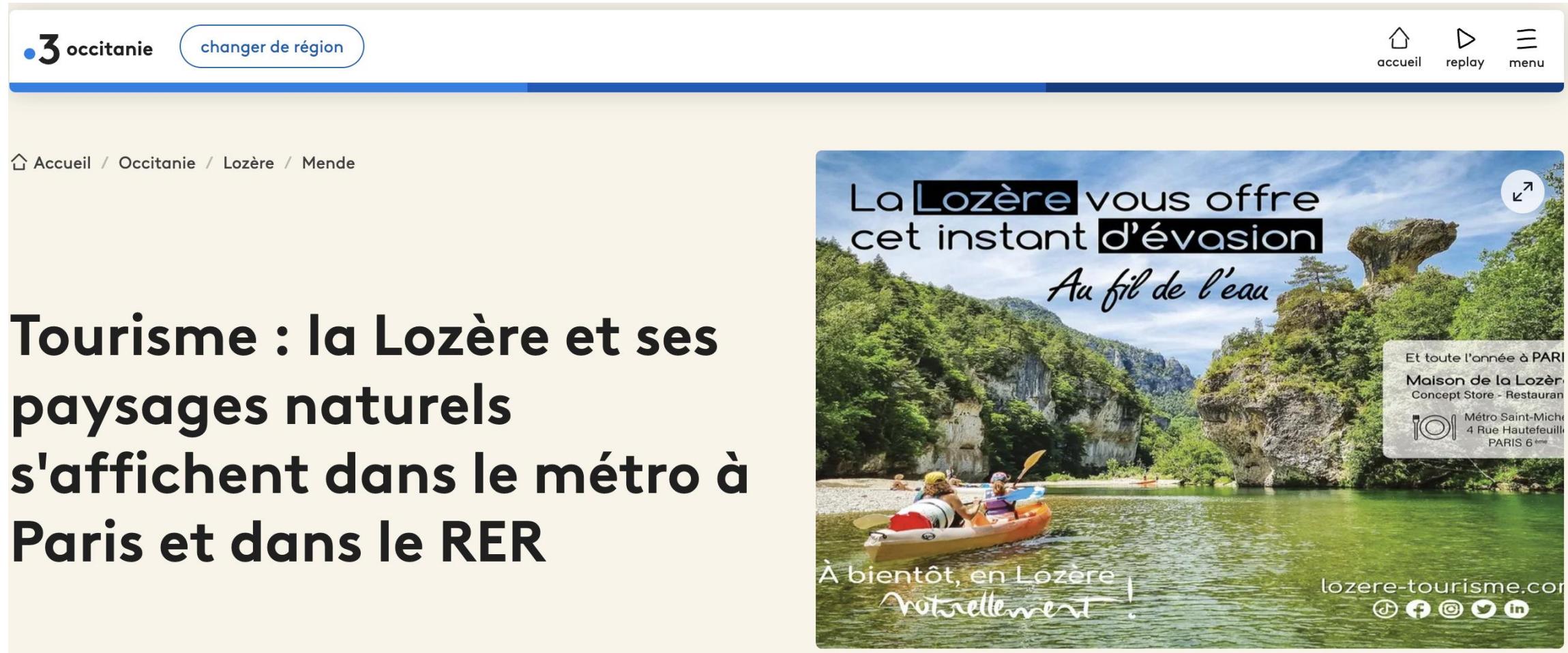


# On crée une fausse concurrence qui coute très chère

---



# On crée une fausse concurrence qui couture très chère



•3 occitanie [changer de région](#)

accueil replay menu

Accueil / Occitanie / Lozère / Mende

## Tourisme : la Lozère et ses paysages naturels s'affichent dans le métro à Paris et dans le RER

La Lozère vous offre cet instant d'évasion  
*Au fil de l'eau*

Et toute l'année à PARIS  
Maison de la Lozère  
Concept Store - Restaurant

Métro Saint-Michel  
4 Rue Hautefeuille  
PARIS 6<sup>e</sup>

À bientôt, en Lozère  
*notrelement* !

lozere-tourisme.com

Jusqu'au 3 avril, 600 affiches de la Lozère vont venir «illuminer» les couloirs du Métro parisien et du RER et faire rayonner à nouveau la Lozère à Paris. • © Lozère-tourisme

La transition passe aussi par des stratégies  
marketing plus ... justes

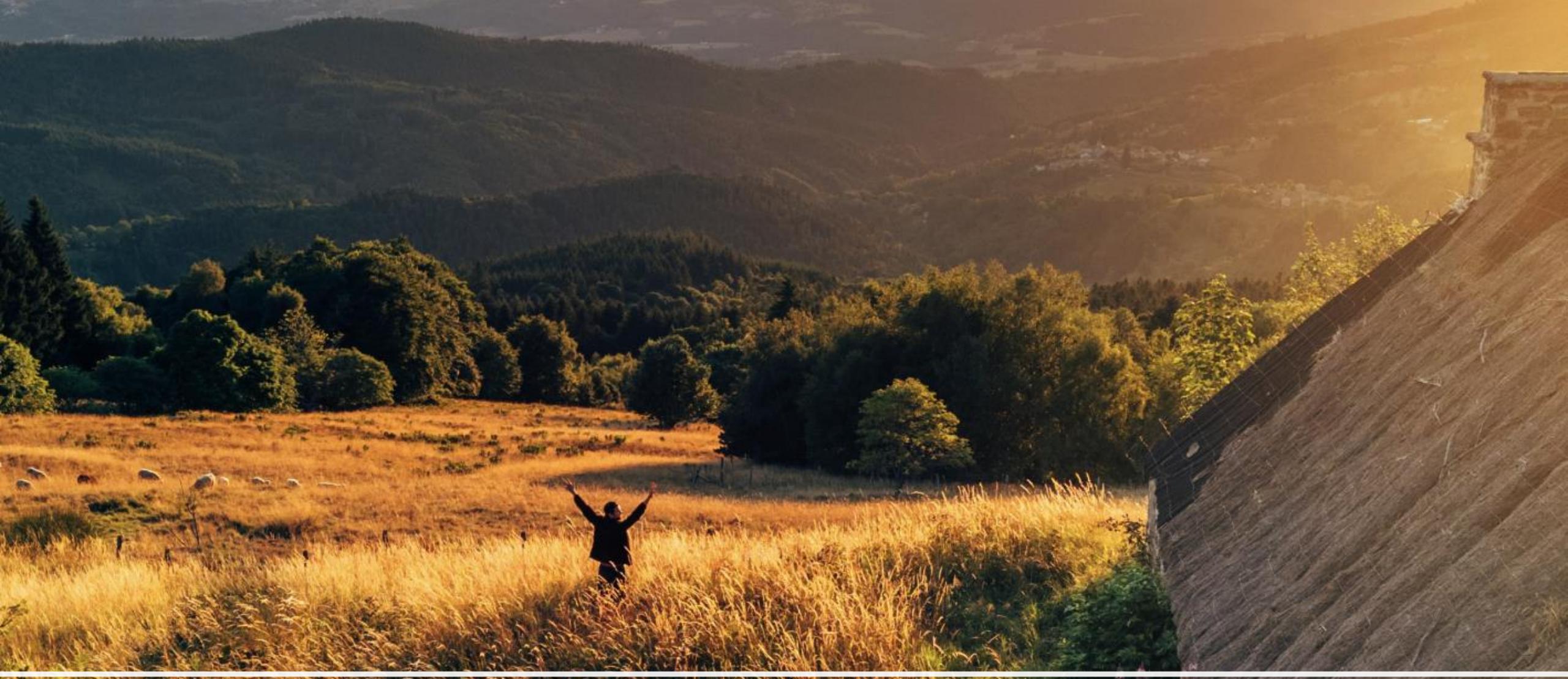
---



# Reprendre la main sur le concept malmené de l'identité

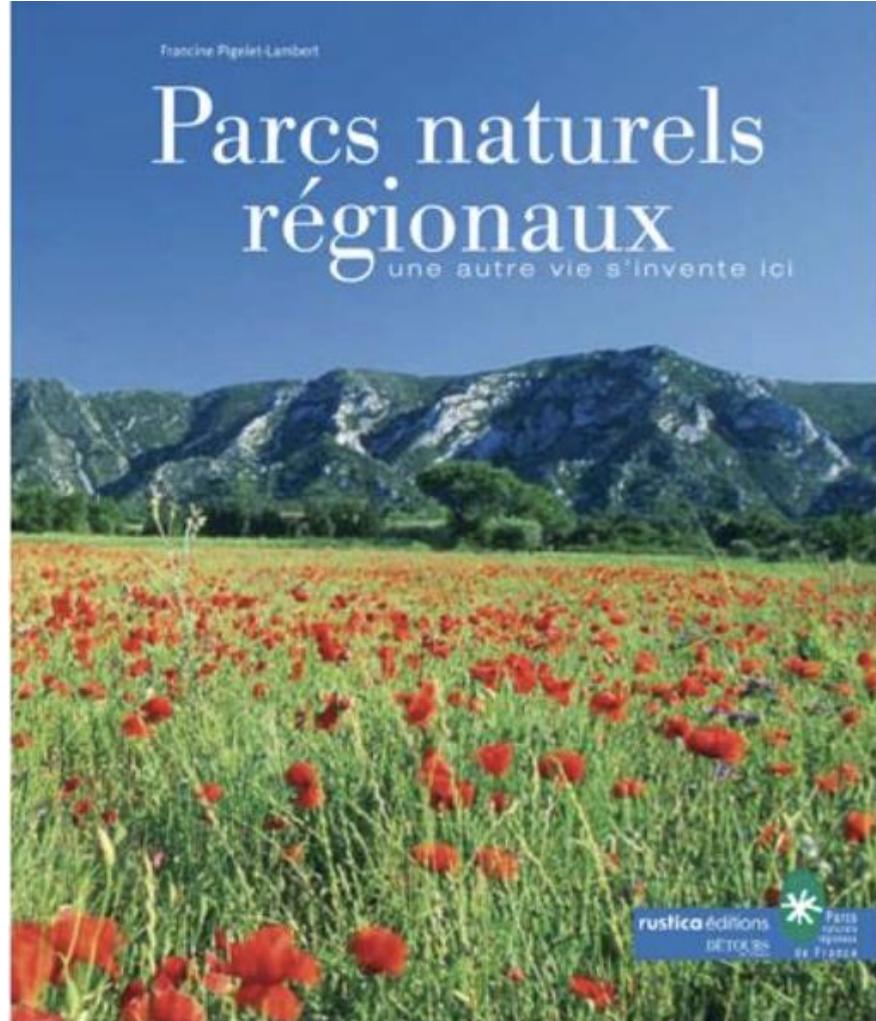
---





Le défi du développement touristique dans les PNR

# Quel tourisme dans les PNR



# Le sentiment géographique



# patelin

*l'incroyable terroir*

**300  
PAGES  
CRÉATIVES**

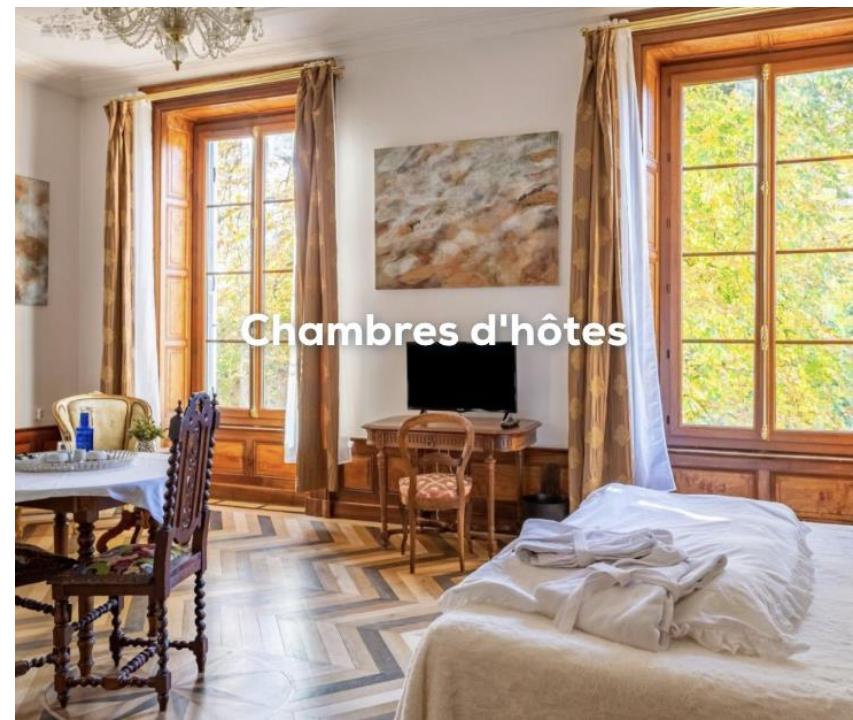
## L'amour du Massif central

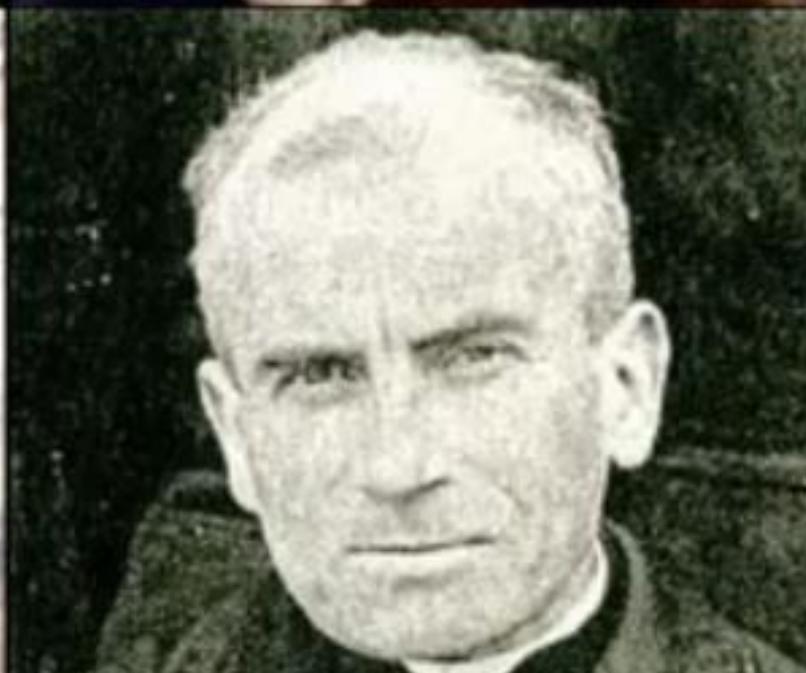
À partager au fil des 300 pages de ce mook.  
Une plongée vivifiante pour saisir la richesse de son  
terroir, par le regard de 40 contributeurs.

Envie de s'y plonger ?

A man and a woman are smiling while sitting in a hot tub. The woman is on the left, wearing a dark top and large hoop earrings. The man is on the right, shirtless, showing tattoos on his arms. They are overlooking a scenic landscape of rolling hills and mountains under a cloudy sky. The hot tub is made of dark wood. A dark grey arrow points upwards from the bottom center of the image towards the text.

Révéler l'identité des PNR





Le Crédit Mutuel donne le LA

# FESTIVAL WORLD DANCE & MUSIC FESTIVAL AMBERT





Plus fort est le conflit, plus fort est le récit



"il y a quelque chose de foncièrement absurde et impossible dans ce pays (Iceland). On n'habite pas sur une bouilloire géante entourée d'une eau à 3° qui vous tue en 3mn et pourtant ils le font. Plus fort est le conflit, plus fort est le récit. Si l'on ajoute à ça une conscience très aiguë de leur histoire et de leur généalogie, on obtient une force dramatique inégalée. Je crois que c'est ce combo géologie + généalogie qui fonde leur identité!



INSPIRED  
BY ICELAND

**EDEN**

L'architecte gourmand

Créations de :

Restaurant  
« L'ENTREPÔTE »

Restaurant  
« LE MARINSOL »

MAISON de La Plage, Restaurant  
« LES 100 CÉSARS »

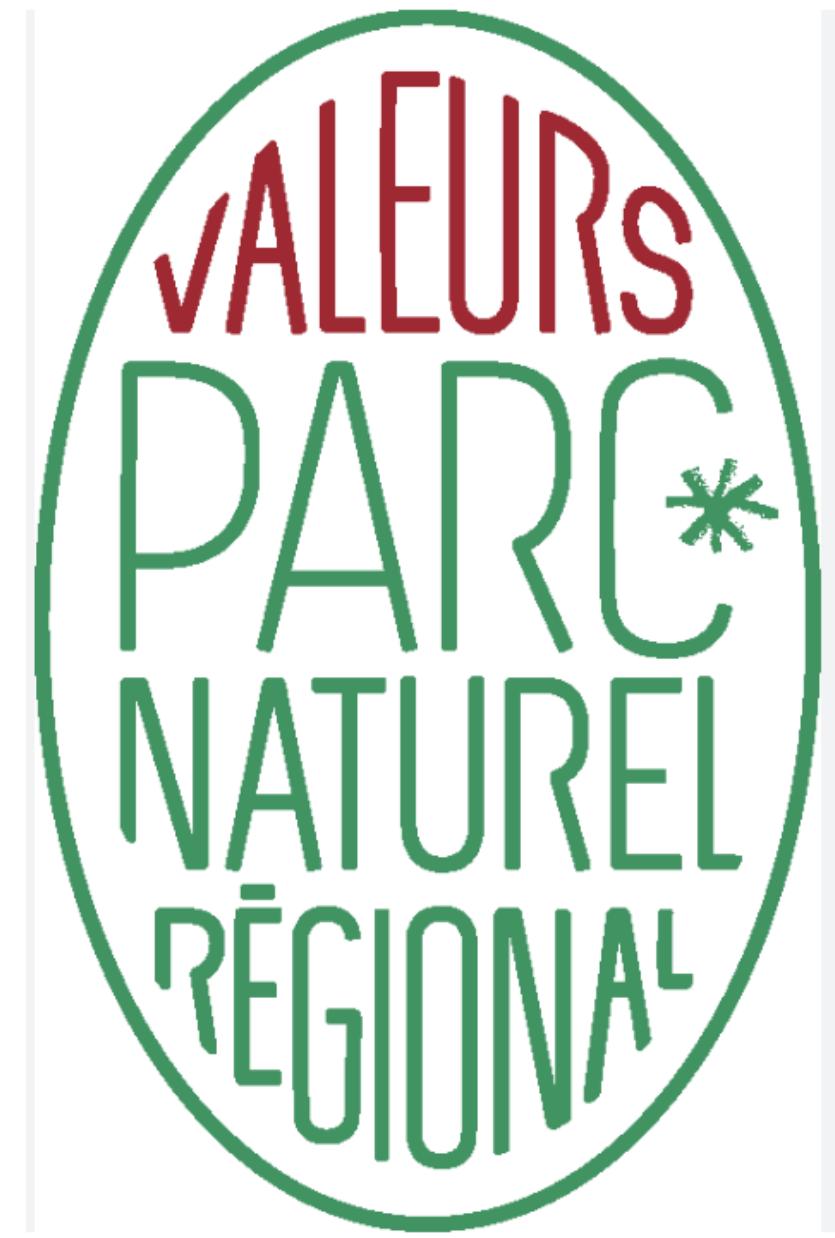
Restaurant  
« LIBELLULE DOUR-MANGOT »

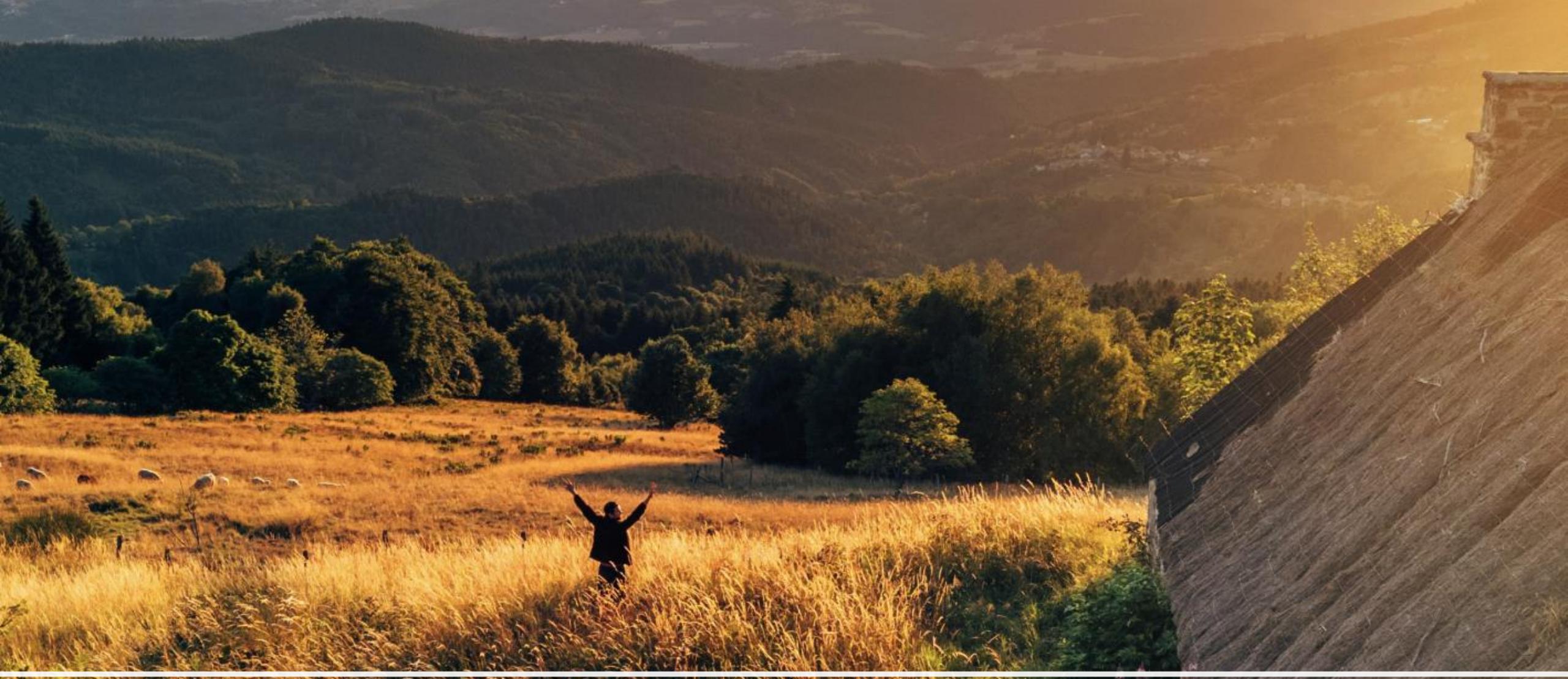




« Brand is Trust »

Marque = Confiance





Le défi de la transition... de la transformation

# Une priorité décarboner le tourisme

## Bilan GES du secteur du tourisme en France : répartition par sources d'émissions



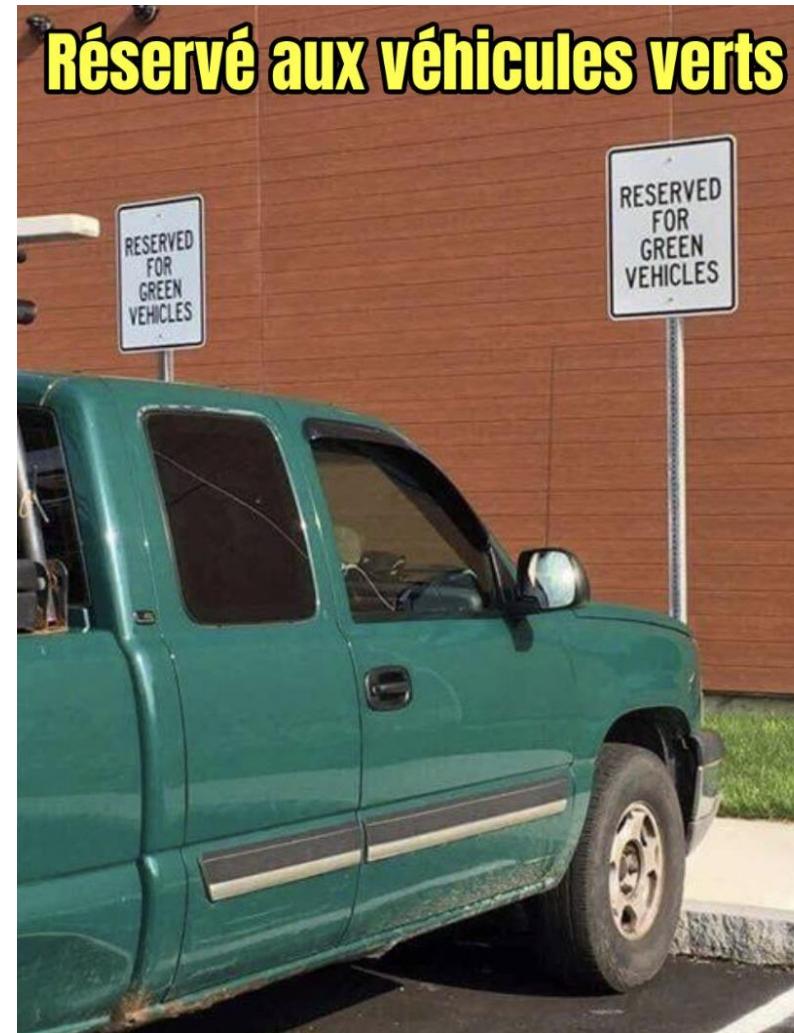
# Une priorité décarboner le tourisme

---



# Une autre priorité-limiter les impacts du tourisme sur l'environnement

---



# Une autre priorité-limiter les impacts du tourisme sur l'environnement

---



# Une autre priorité-limiter les impacts du tourisme sur l'environnement

---



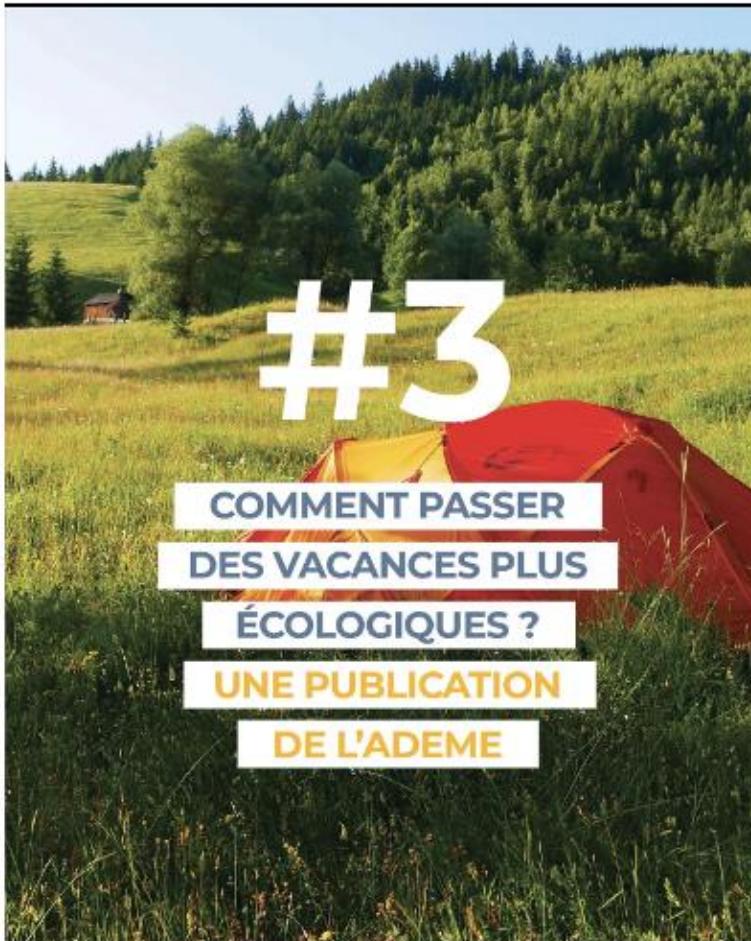
# Une autre priorité-limiter les impacts du tourisme sur l'environnement

---



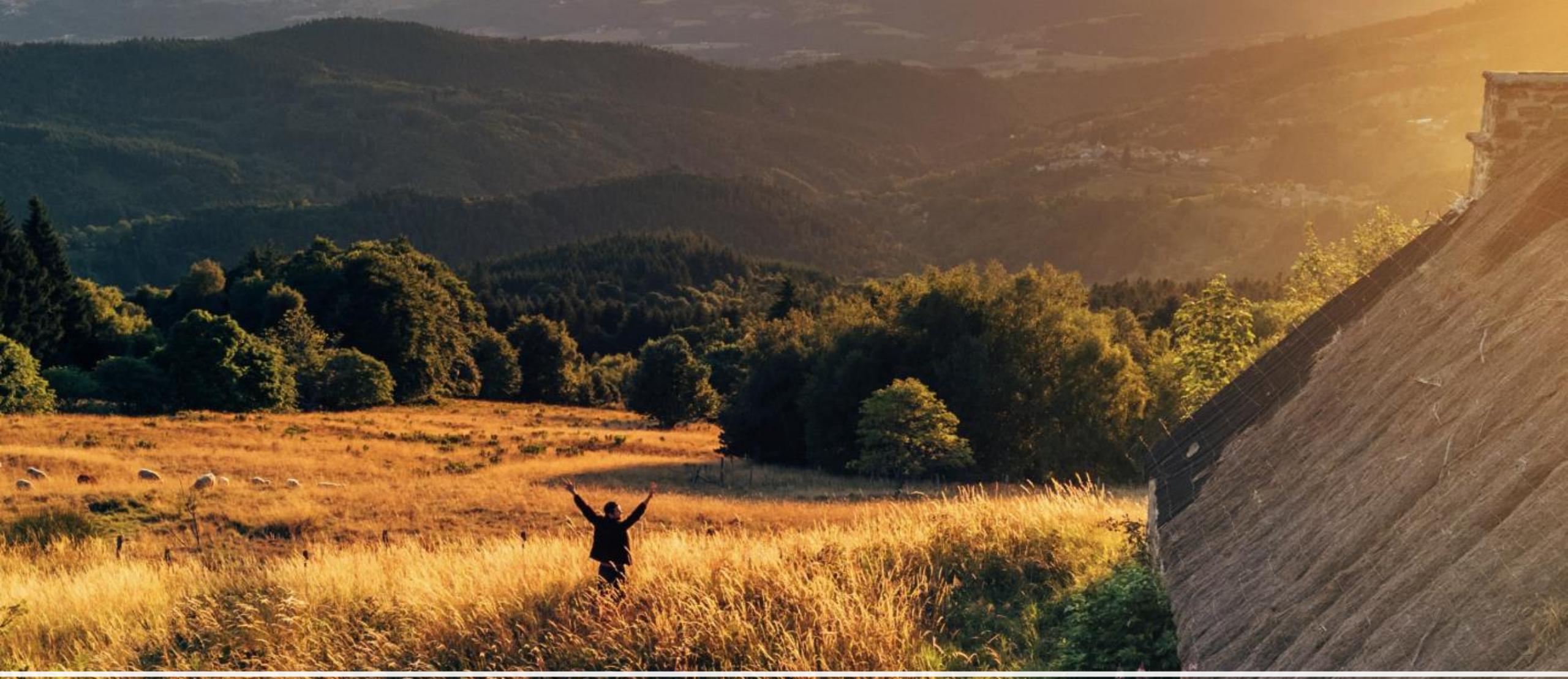
# Une autre priorité-limiter les impacts du tourisme sur l'environnement

---



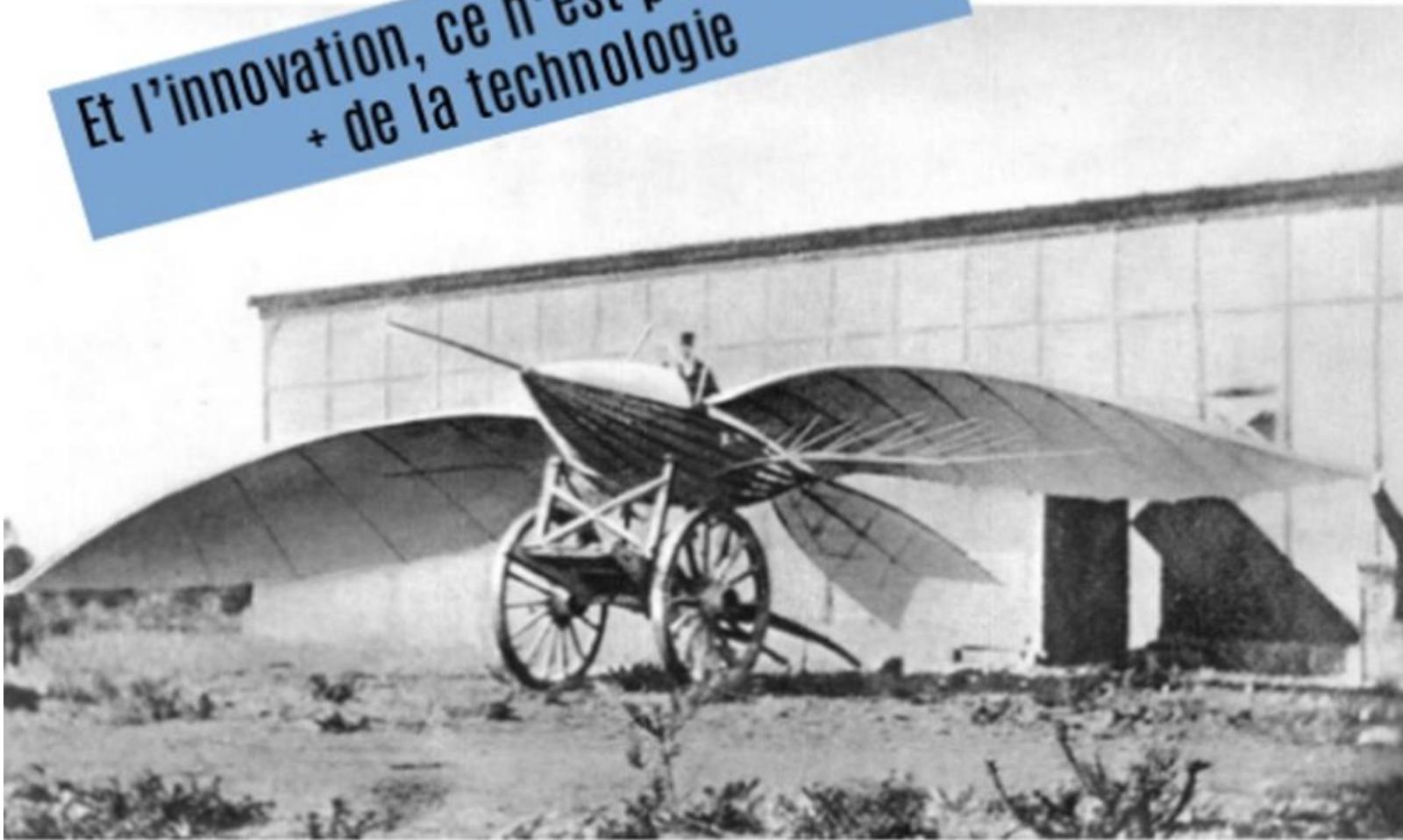
Et puis enfin , transformer le tourisme c'est aussi et surtout  
le rendre plus accessible... à tous!





Le défi de l'innovation... de l'adaptation

Et l'innovation, ce n'est pas Le passé  
+ de la technologie



Selon une étude de McKinsey :

- Si la question de l'innovation est posée en interne d'une entreprise, alors 80% des réponses apportées ont trait à des innovations qui reposent sur des évolutions de process de fabrication
- Si la question de l'innovation est laissée à l'appréciation des clients, alors 80% des réponses ont trait à de nouveaux services et de nouveaux produits

Voici 5 grandes innovations qui transforment le tourisme :

**1. La réalité virtuelle (VR) et la réalité augmentée (AR)**

- Elles permettent de visiter virtuellement des musées, monuments ou hôtels avant de réserver.
- Dans certains sites, l'AR recrée des scènes historiques ou fait revivre des ruines disparues.

**2. L'intelligence artificielle et le tourisme personnalisé**

- Les chatbots et assistants de voyage recommandent des activités adaptées aux préférences des voyageurs.
- L'IA optimise les itinéraires, gère les réservations et anticipe les besoins des clients.

**3. Le tourisme durable et intelligent (smart tourism)**

- Développement d'hôtels écoresponsables, transports à faible émission et expériences locales durables.
- Villes intelligentes qui gèrent les flux de visiteurs pour éviter le surtourisme.

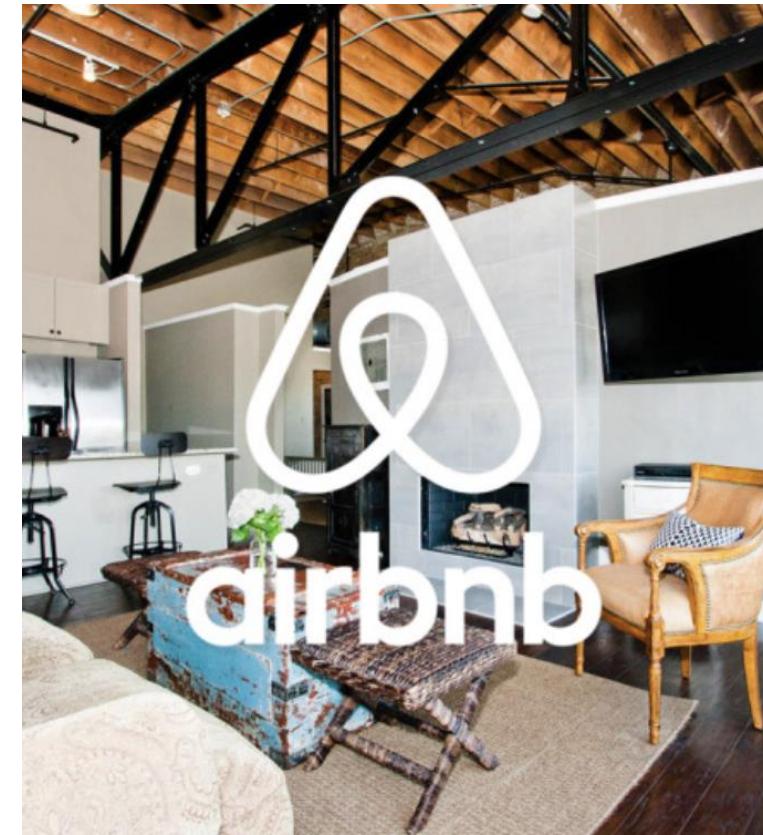
**4. La biométrie et les voyages "sans contact"**

- Reconnaissance faciale et empreintes digitales dans les aéroports pour fluidifier les contrôles.
- Paiements et check-in sans contact, accélérés après la pandémie de Covid-19.

**5. Les plateformes collaboratives et immersives**

- Airbnb, Couchsurfing ou plateformes d'expériences locales qui transforment la manière de voyager.
- Expériences interactives avec les habitants (cours de cuisine, artisanat, visites guidées)

# L'innovation vu par Booking et Airbnb



# L'innovation vu par Michelin

**Le bureau des Itinéraires Michelin**  
The Michelin Itineraries Office

**Offering itineraries**  
The tourism office was created in 1906. Motorists simply wrote to or telephoned the office for information to help prepare their journeys. This was the ancestor of the Via Michelin service, which can be consulted via Internet.

**The itinerary office**  
With roads devastated after the First World War, the tourism office really boomed. In 1919, it became the "itineraries office". Requests flooded in from all over the country, from tourists and also from commercial travelers.

**The growth in requests**  
Requests became more and more numerous: 19,000 route descriptions in 1921, 60,000 in 1922, and 155,000 in 1925. At that time, the office had more than 100 people to deal with these requests as quickly as possible.

**Proposer des itinéraires**  
Le bureau de Tourisme est créé en 1906. Sur simple demande écrite ou par téléphone, il permet de répondre aux questions des automobilistes et de préparer au mieux leur voyage. C'est l'ancêtre du service Via Michelin consultable sur Internet.

**Le bureau d'itinéraires**  
Après la première guerre mondiale, avec les routes dévastées, le bureau de Tourisme est en plein essor. En 1919, il devient le « bureau d'itinéraires ». Les demandes affluent de tous les pays, des touristes mais aussi des voyageurs de commerce.

**La multiplication des demandes**  
Les demandes sont de plus en plus nombreuses : 19 000 descriptifs en 1921, 60 000 en 1923, 155 000 en 1925. Le bureau emploie alors plus de 100 personnes pour traiter ces demandes dans les meilleurs délais.

7.2



# L'innovation vu par les acteurs de la Vallée de la Dordogne



LA VALLÉE DE LA DORDOGNE

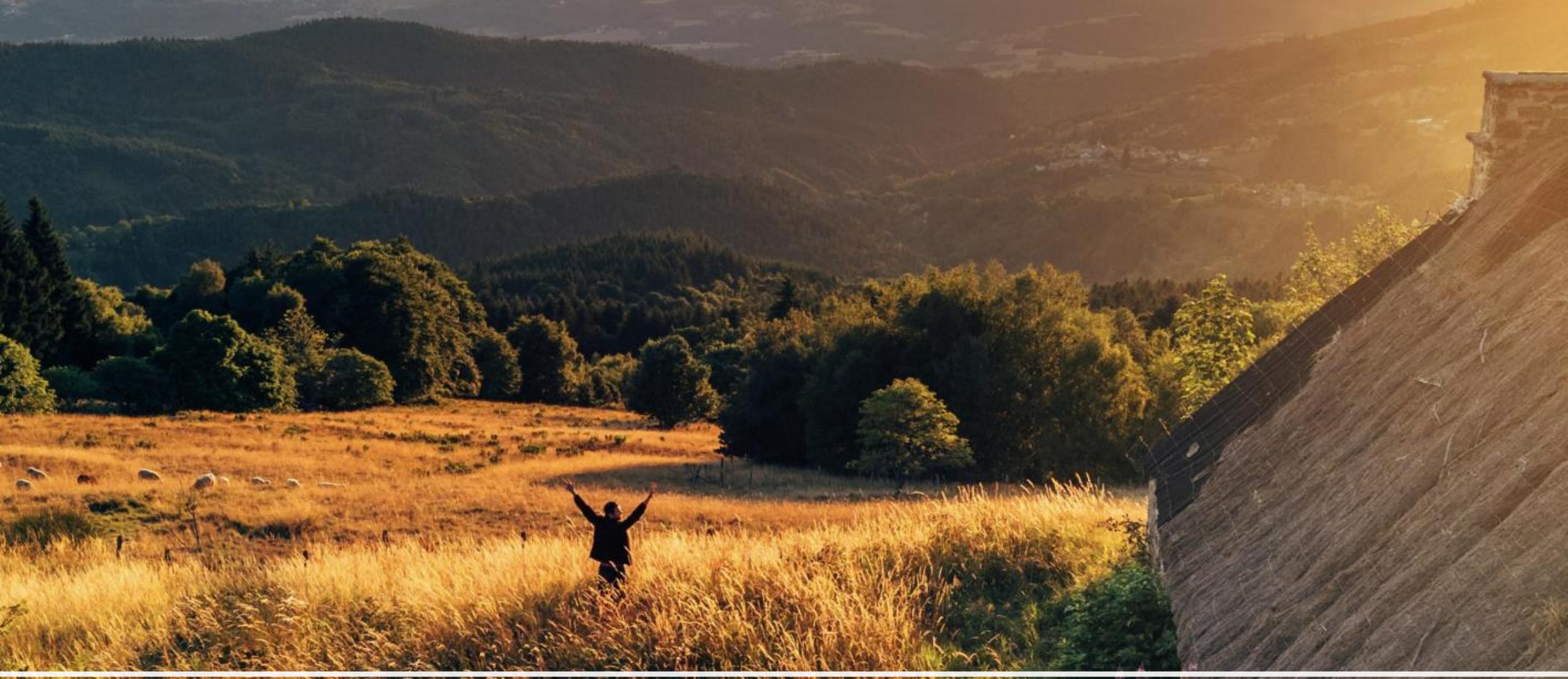
À VIVRE UN ÉTONNANT VOYAGE !

# L'innovation vu par la métropole de Strasbourg

**Eurométropole**

## **L'office de tourisme de l'EMS de Strasbourg devient une société coopérative**

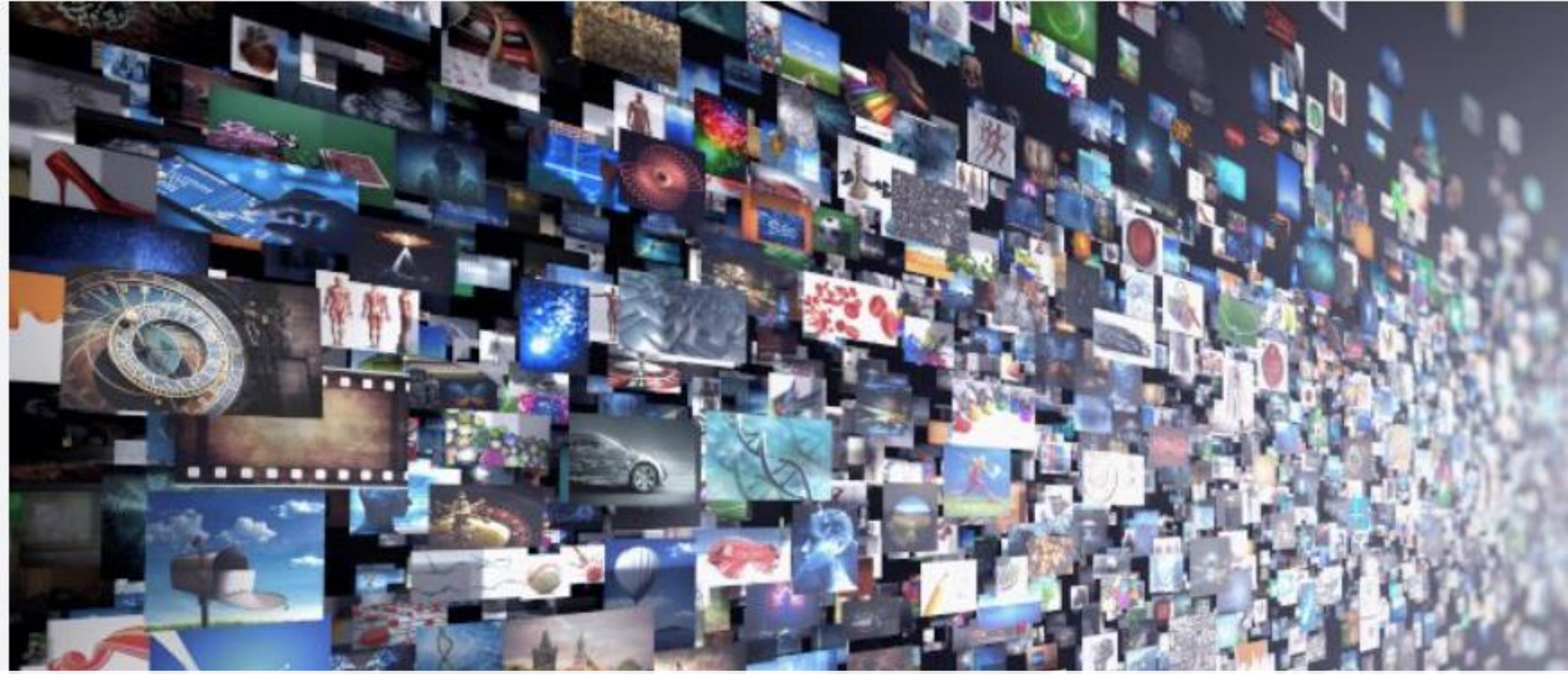
Il y a un an, l'office eurométropolitain de tourisme, de loisirs et de congrès de Strasbourg (OTLC) est né, rassemblant en un « outil unique », l'office de tourisme et le Bureau des congrès de Strasbourg. Cette étape était le préalable à la transformation de l'association en Société coopérative d'intérêt collectif (SCIC), approuvée le 20 juin dernier en assemblée générale extraordinaire.



Et pour finir, le défi de l'usage du temps libre



Comment engager le débat de l'usage du temps libre



Une réalité qui n'amène aucun débat- le divertissement digital prend le dessus



Deux visions de l'usage du temps libre qui s'opposent

# Le défi de faire gagner des parts de marchés au tourisme avec les microvoyages

---



Radios ▾ Podcasts Catégories ▾ Musique Enfants

franceinfo: Grille des programmes Podcasts Titres diffusés

**On sait pourquoi les levers et couchers de soleil ont un effet galvanisant sur notre santé mentale**

Mardi 18 avril 2023

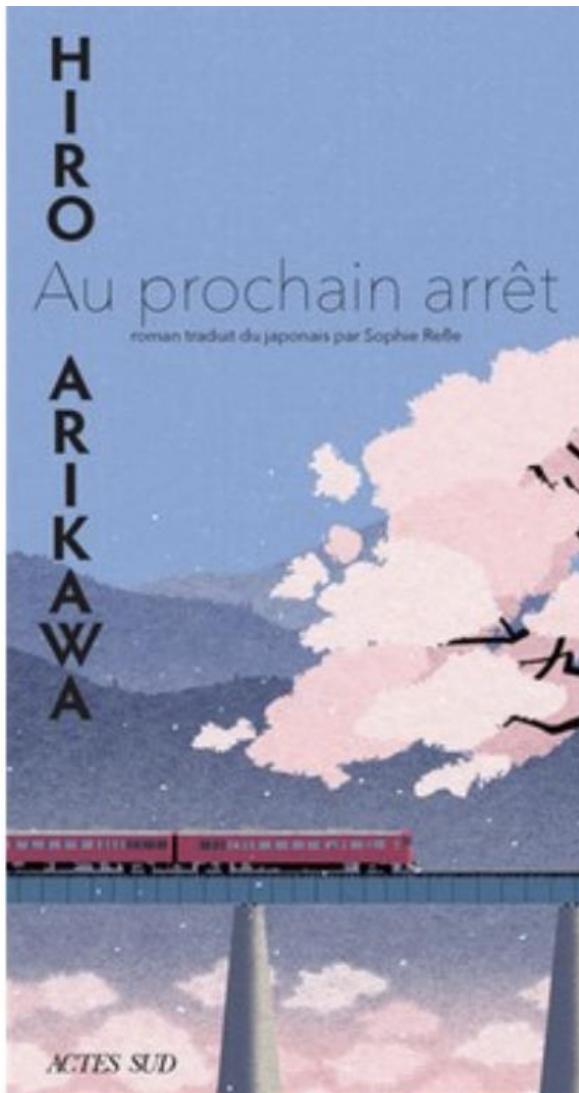
▶ ÉCOUTER (3 min)  



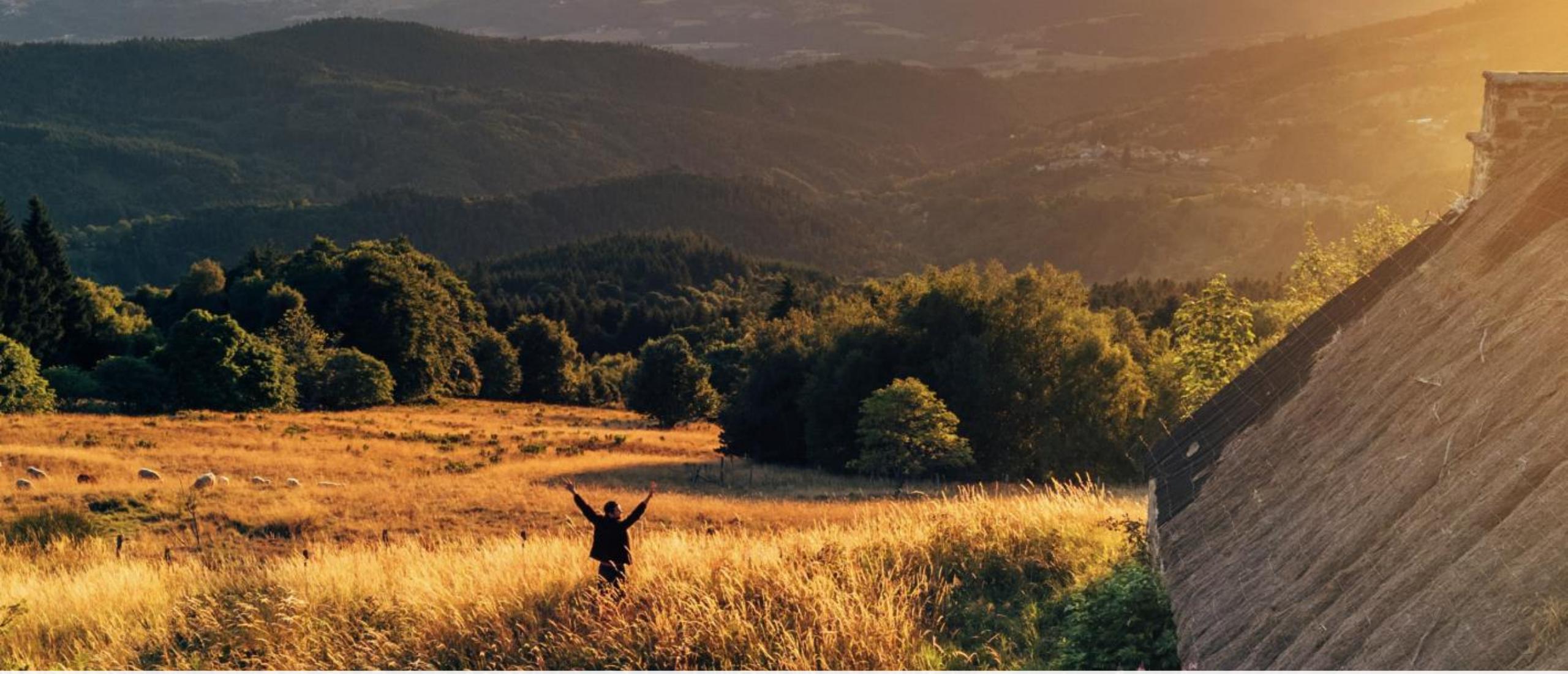
Coucher de soleil sur l'océan Atlantique. - CLÉMENT SOUBIGOU / RADIO FRANCE

The screenshot shows a radio program page on the Radio France website. The main headline is 'On sait pourquoi les levers et couchers de soleil ont un effet galvanisant sur notre santé mentale'. The date is 'Mardi 18 avril 2023'. A yellow button at the bottom left says '▶ ÉCOUTER (3 min)'. To the right of the text are two circular icons: one with a bookmark and one with a share symbol. Below the text is a large image of a sunset over the ocean. At the bottom of the image, the caption reads 'Coucher de soleil sur l'océan Atlantique. - CLÉMENT SOUBIGOU / RADIO FRANCE'.

Le défi de ne pas passer à côté des choses simples



Et pour terminer: et si on faisait l'éloge de l'imprévisible



Merci... et n'oubliez pas d'offrir des moments imprévisibles

jean