



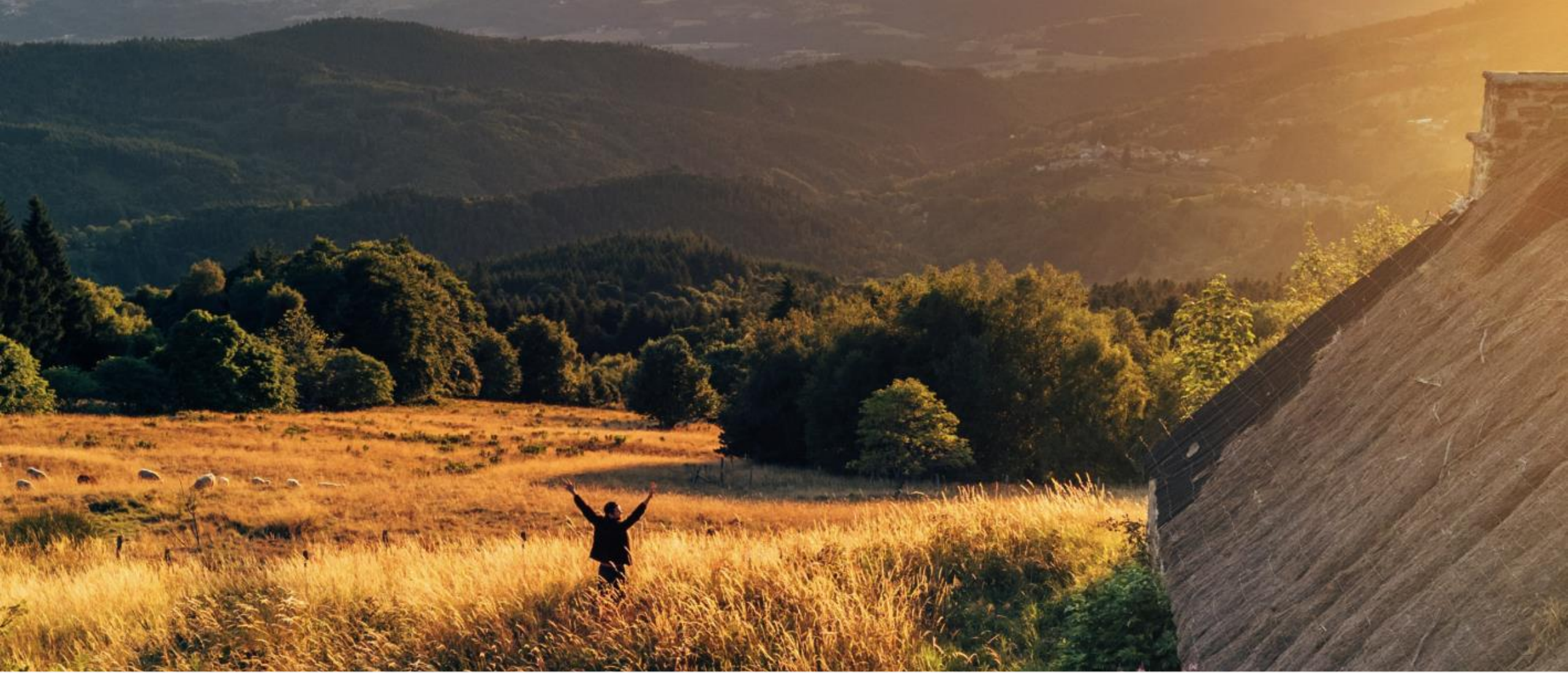
**Livradois-
Forez** PARC NATUREL
RÉGIONAL
EN AUVERGNE



Crédit photo: M. P. / M. P. / M. P.

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

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 
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.





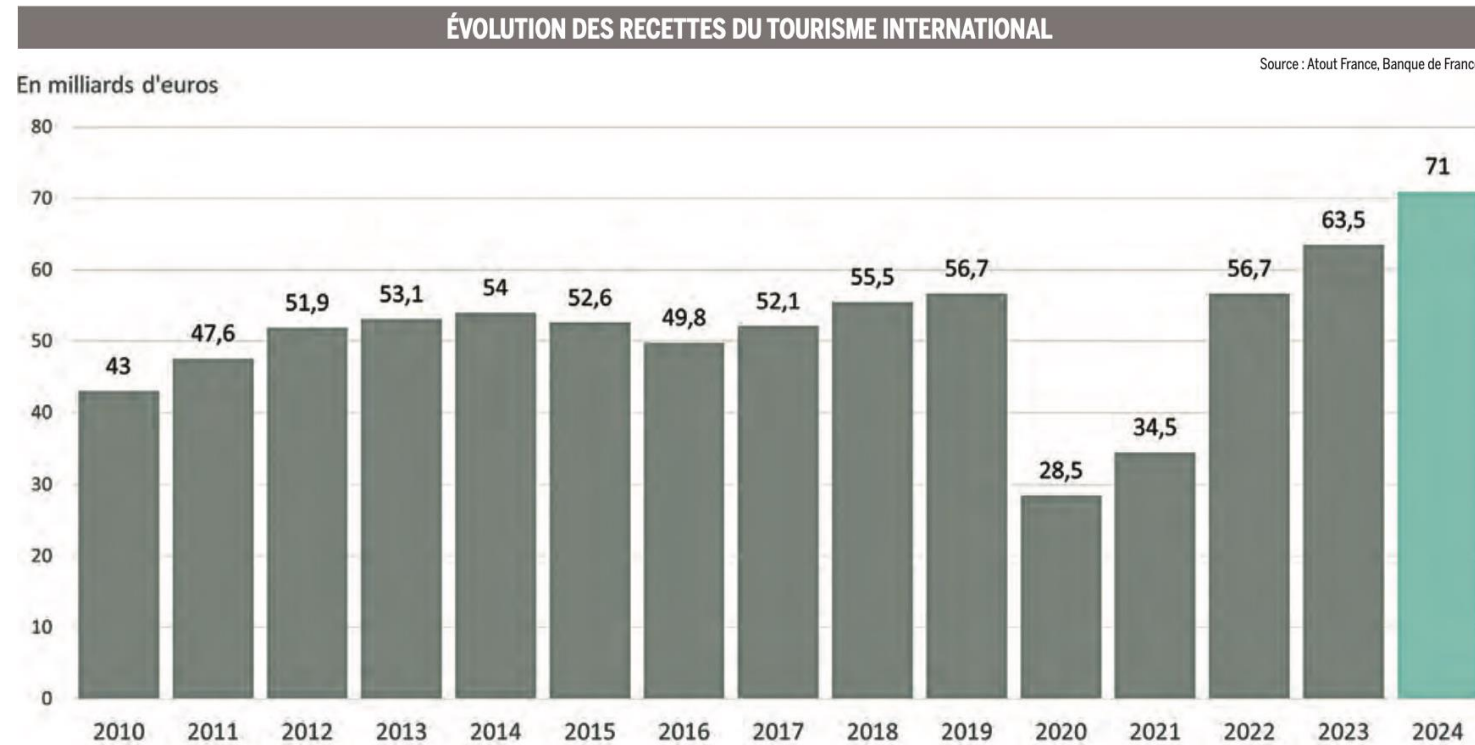
100 Milliards est ce un objectif ? Et si on parlait de progrès, de plan de progrès?

Juste quelques chiffres pour situer le sujet

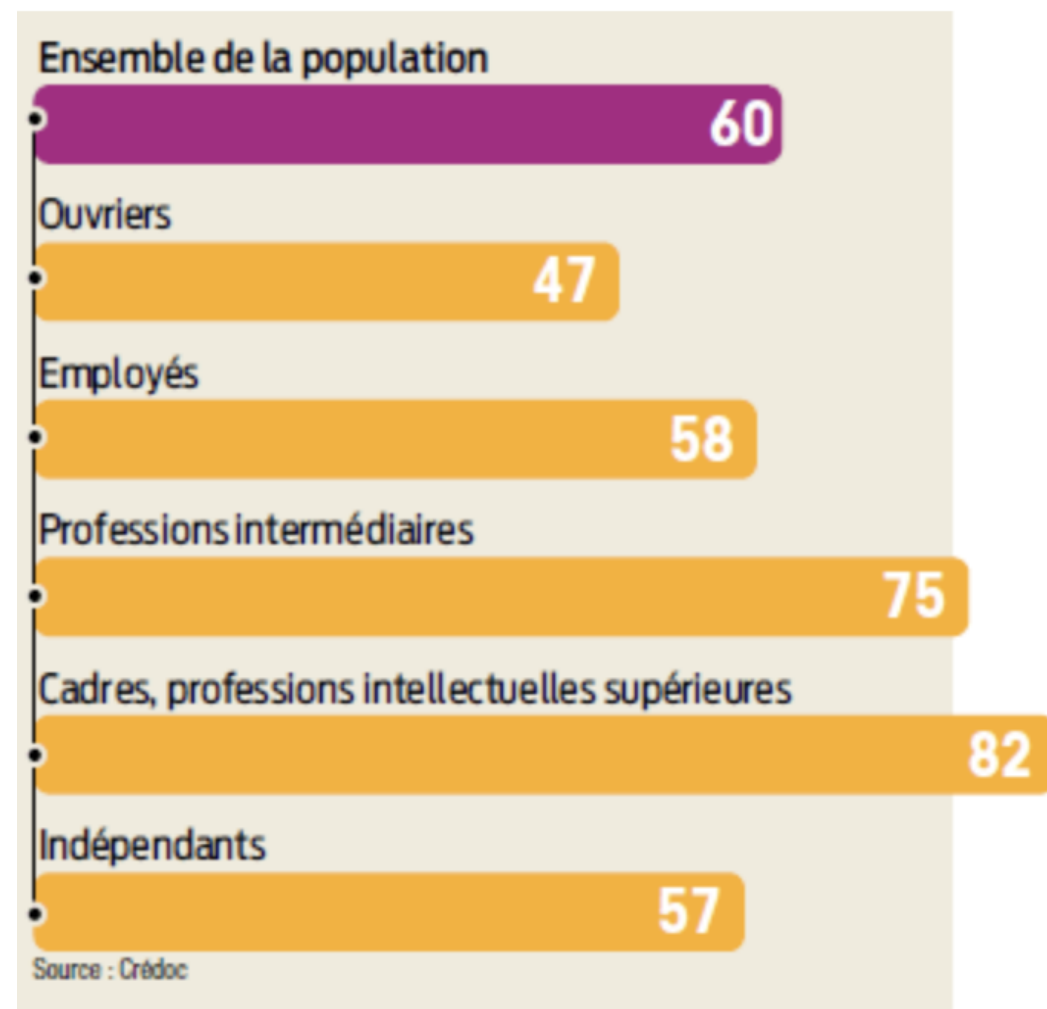
La consommation intérieure du tourisme (CA) = **197Mds€**

- 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**

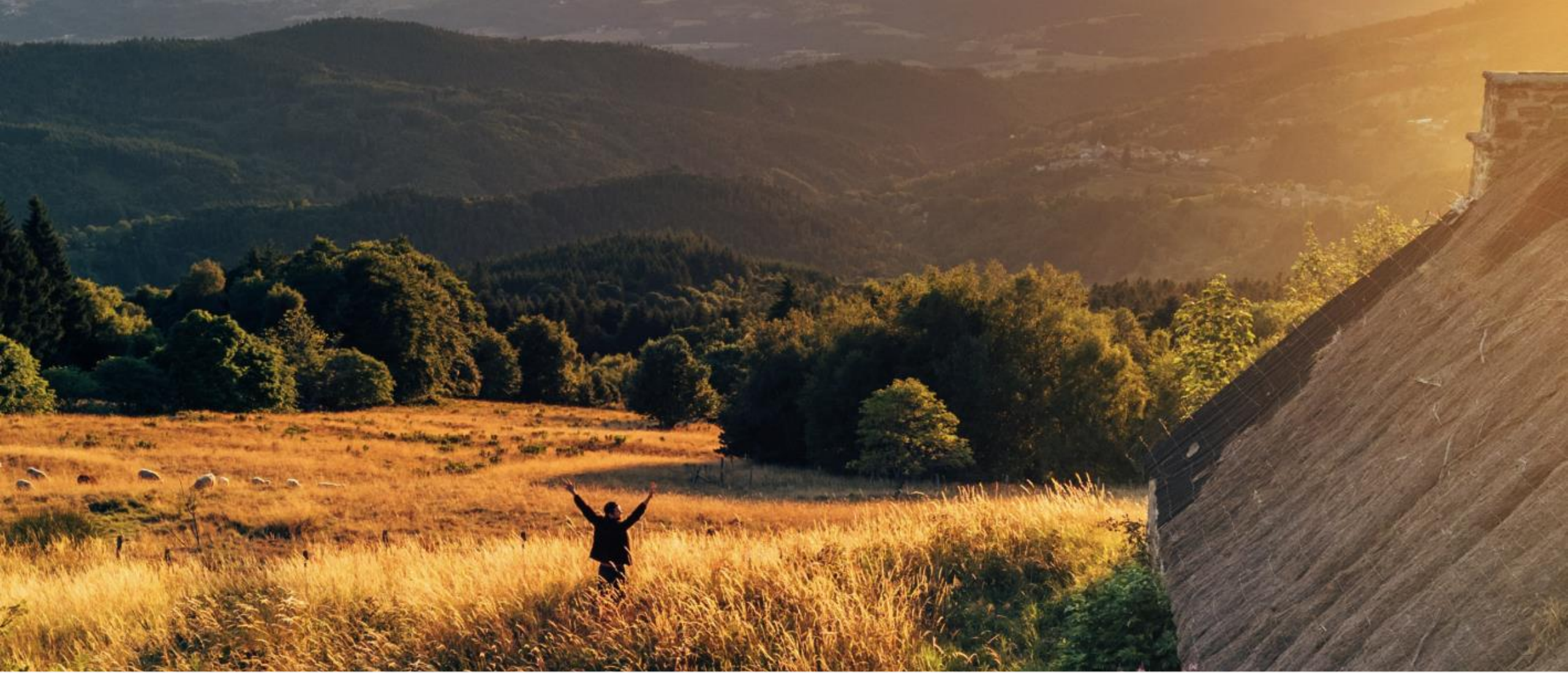
Publié: 26 août 2025, 17:18 CEST

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



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



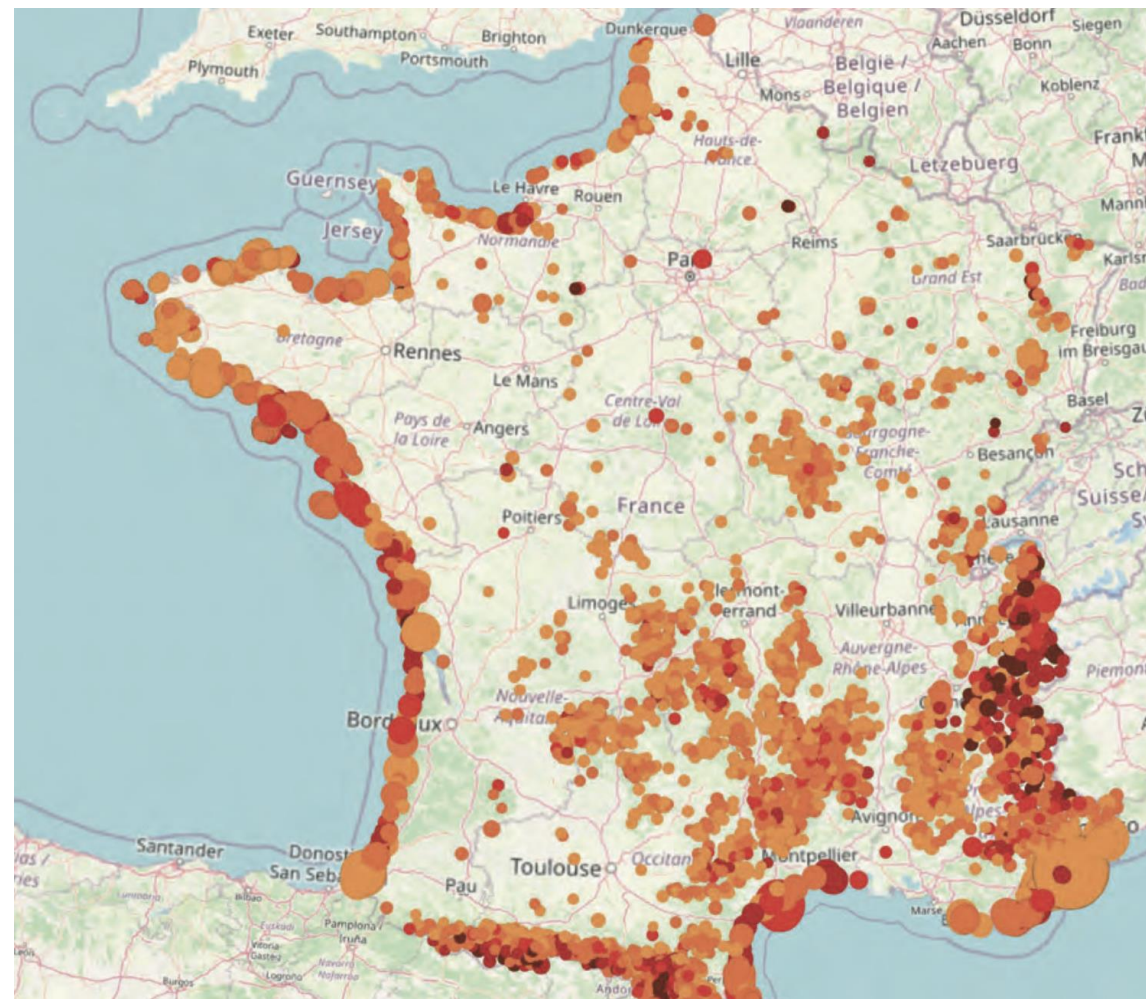
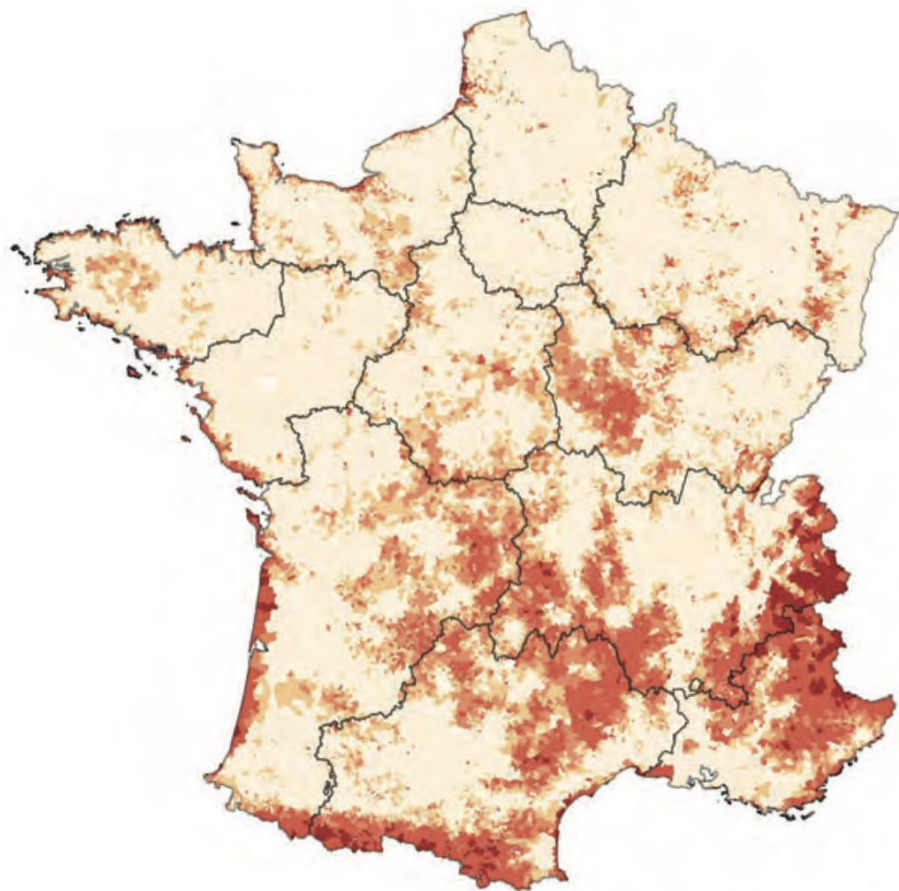
Elsa Conesa

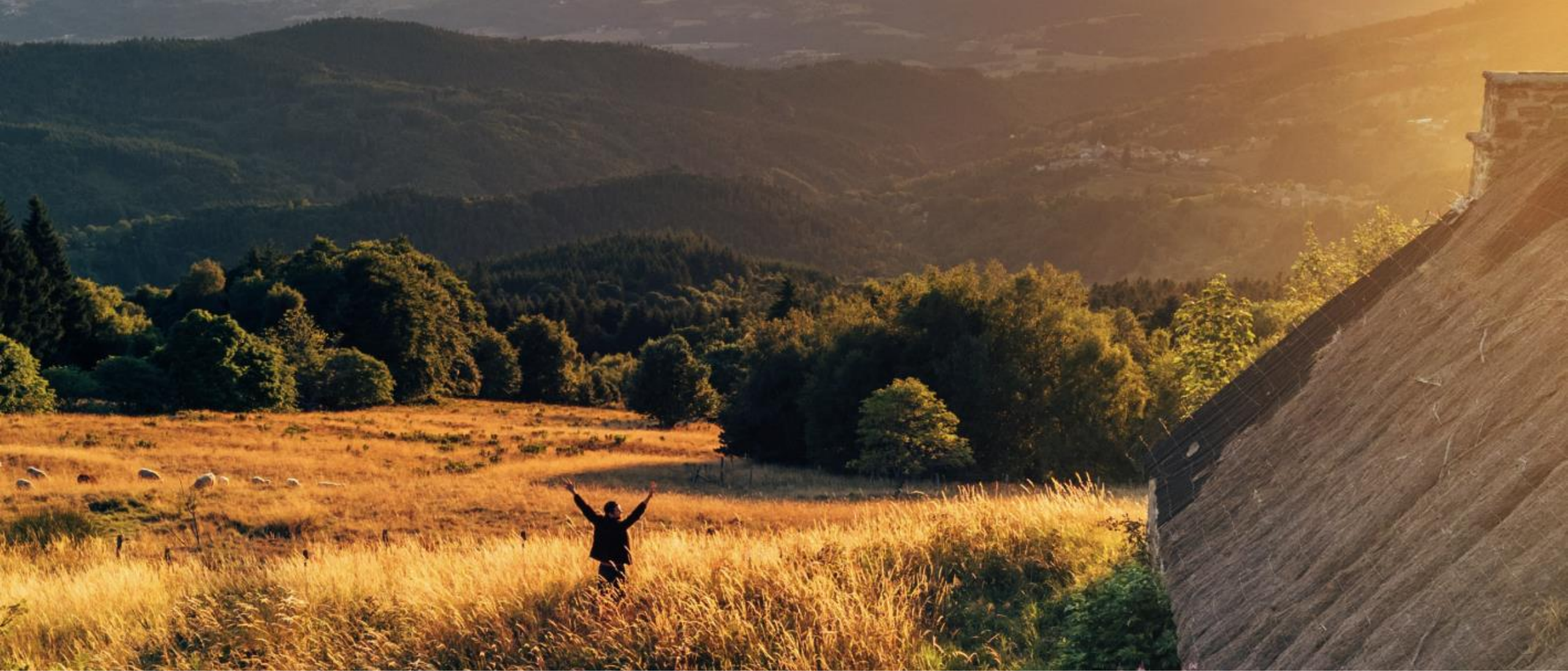
**« Le tourisme ne crée pas de valeur :
c'est une rente assise sur un legs de
l'histoire que les siècles ont
tamisée »**

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





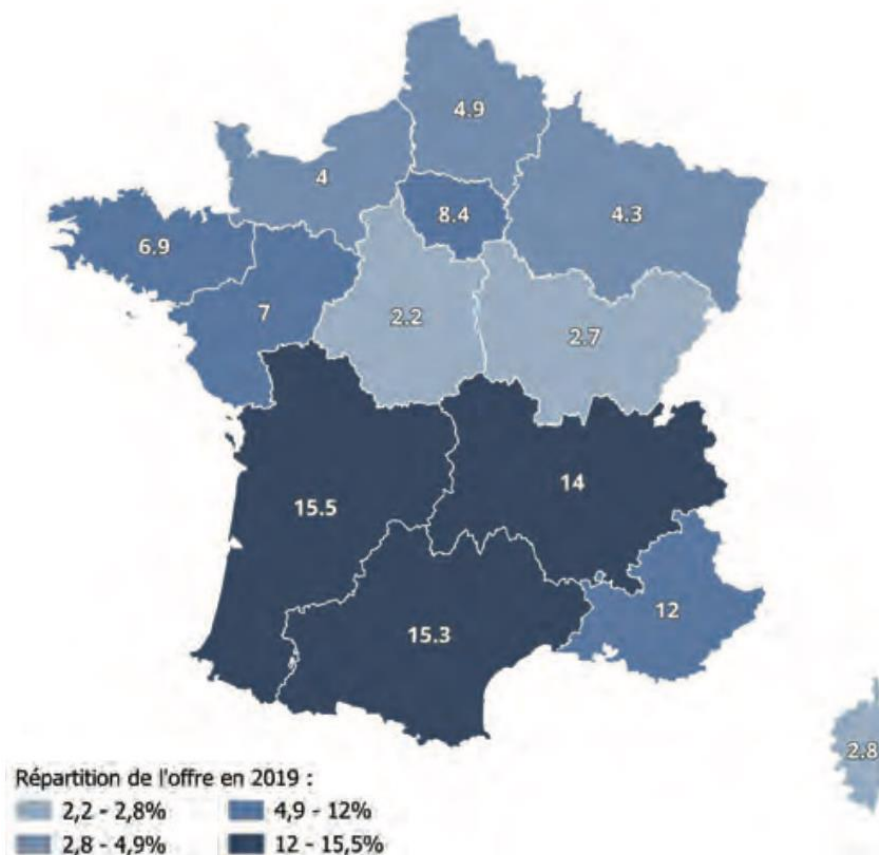
Le défi de la légitimité, Le défi de la transition, c'est aussi celui de l'évolution de nos organisations et de nos strategies



Evolution de l'offre 2019- 2024

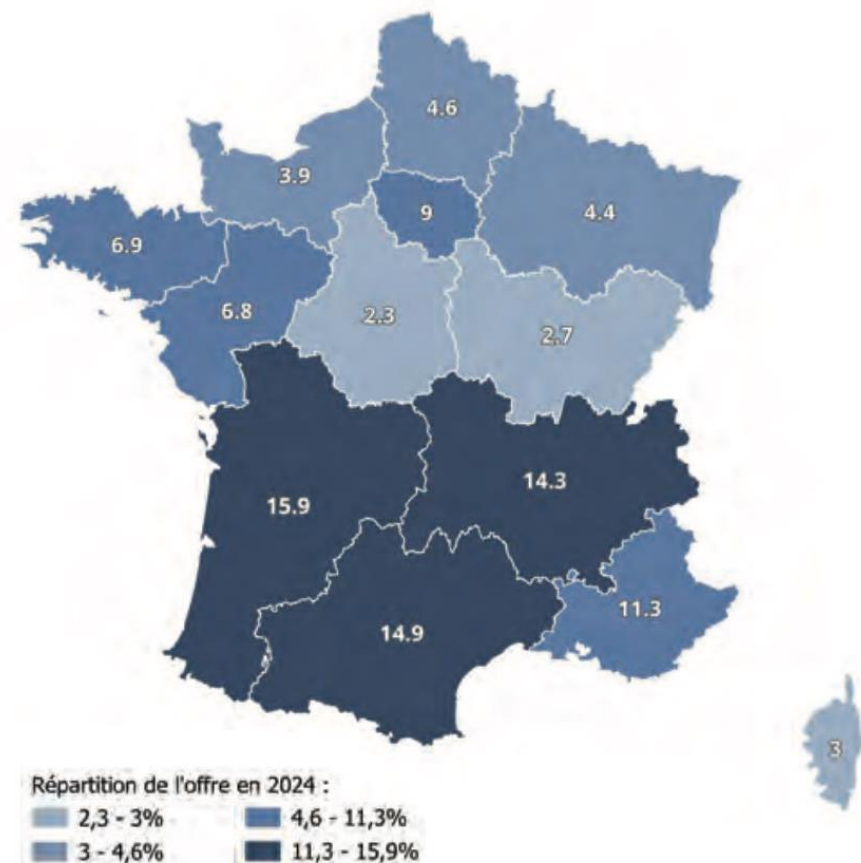
RÉPARTITION DE L'OFFRE D'HÉBERGEMENTS COLLECTIFS PAR RÉGION EN 2019

Champ : France hors DOM — Source : Insee



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

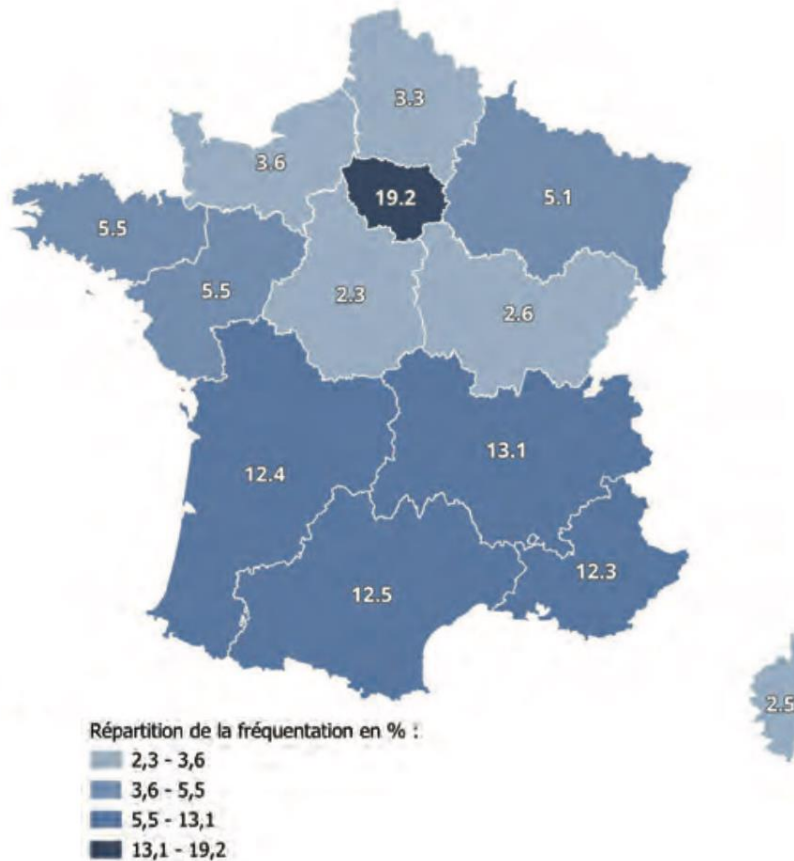
Champ : France hors DOM — Source : Insee



Evolution de la frequentation 2019- 2024

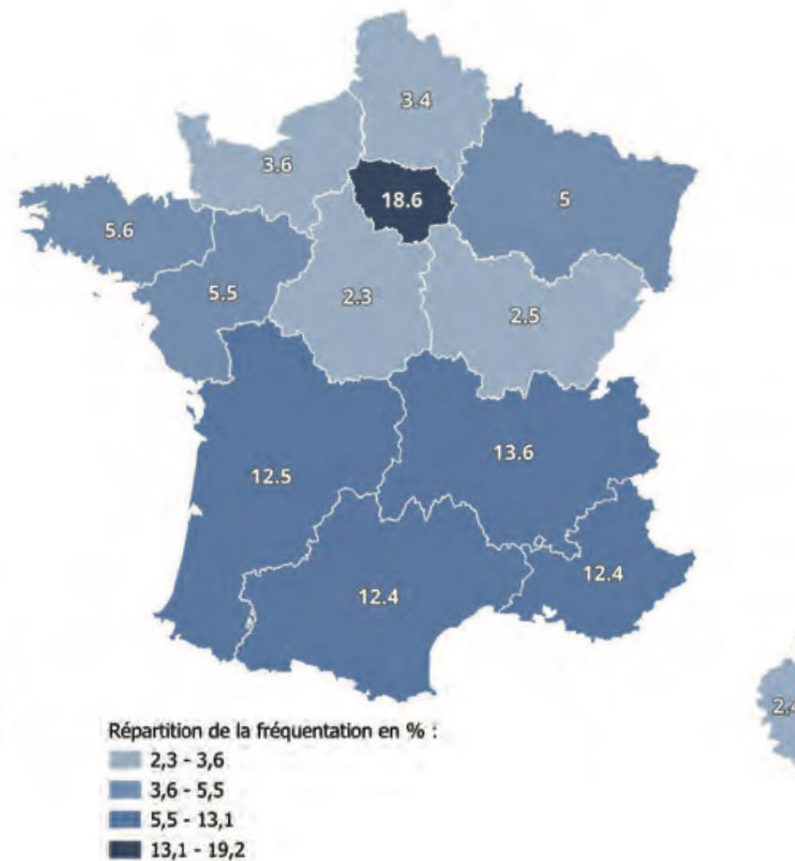
RÉPARTITION DE LA FRÉQUENTATION DES HéBERGEMENTS COLLECTIFS PAR RÉGION EN 2019

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



On crée une fausse concurrence qui coute très chère



On crée une fausse concurrence qui coute 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 6ème

À bientôt, en Lozère

notrelement !

lozere-tourisme.com

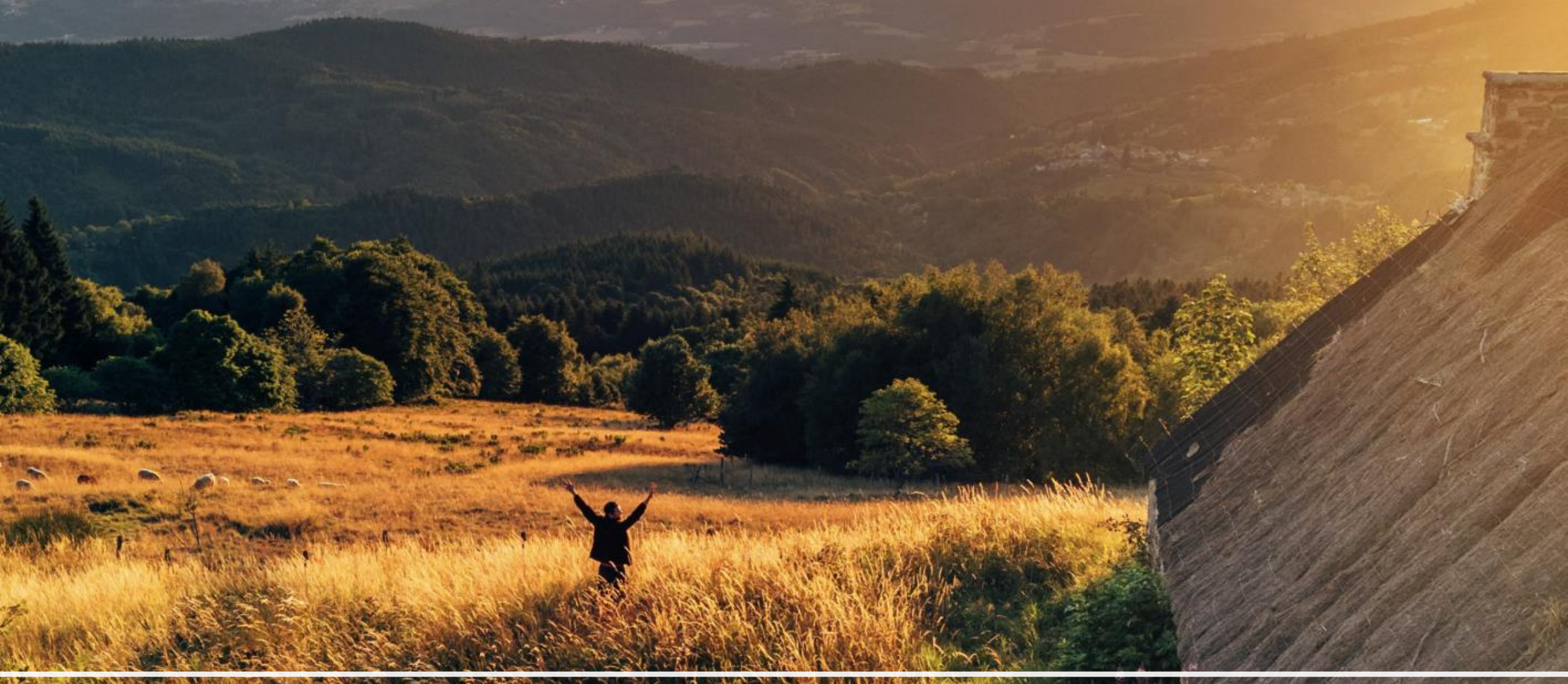
Jusqu'au 3 avril, 600 affiches de la Lozère vont venir «illuminer» les couloirs du Métro parisien et du RER et faire rayonner à nouveau la Lozère à Paris. ● © Lozère-tourisme

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



Reprendre la main sur le concept malmené de l'identité

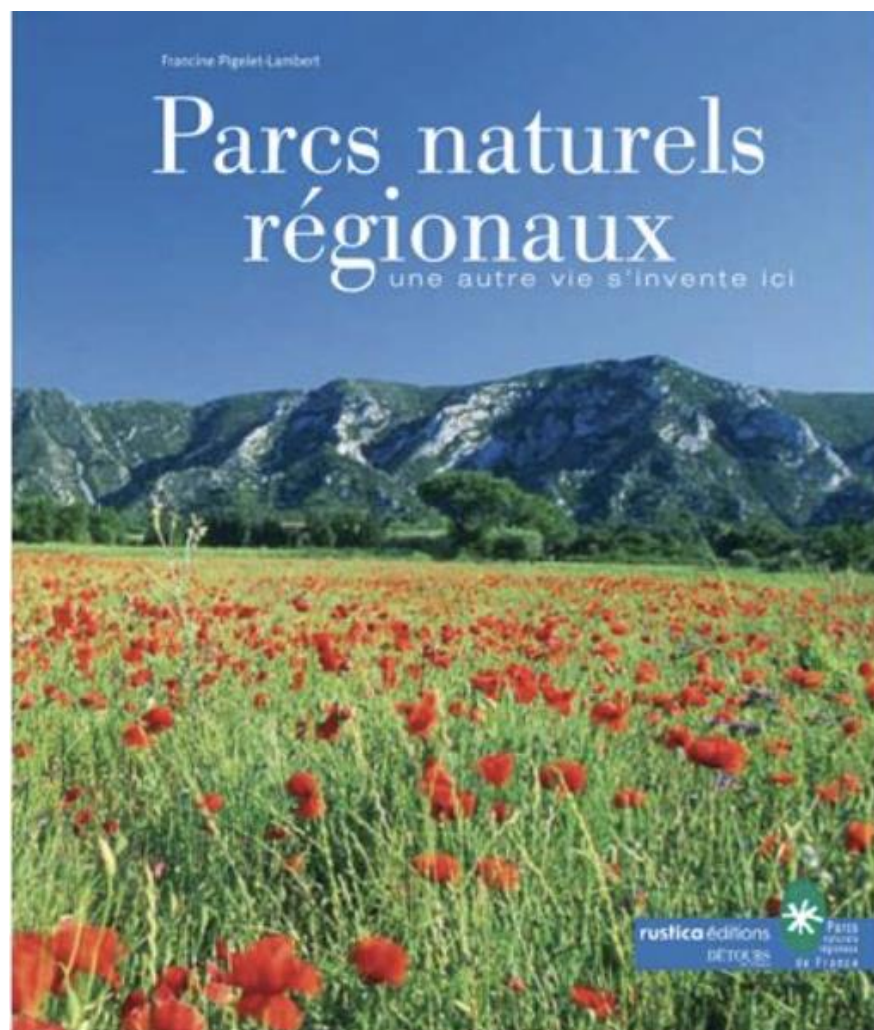




Le défi du développement touristique dans les PNR



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 ?



Révéler l'identité des PNR



Gîtes
Gîte de France



Châteaux et demeures de prestige



Hébergements
Valeur Parc



Hébergements
éco-responsables



Hébergements groupe



Chambres d'hôtes



Le Crédit Mutuel donne le L.A

FESTIVAL WORLD DANCE & MUSIC FESTIVAL AMBERT



19-20
JUILLET 2024

AMBERT
LA PRAIRIE

La *Pamparina*
À THIERS

5 6 7
JUILLET
2024

MENTISSA THE SILENCERS
LES MAMANS DU CONGO X RROBIN
LADIES BALLBREAKER COLT
THOMAS KAHN POUNDO CALLE MAMBO



LA CHAISE
DIEU

30
T





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'architecture gourmande

Créations de :

Restaurant
« L'ENTRE VOTES »

Restaurant
« LE MARIN'SOL »

Maison de La Plage, Restaurant
« LES 100 CIEUX »

Philippe Chapuis, Société
« LIBELLULE DOUR-MANTOU »

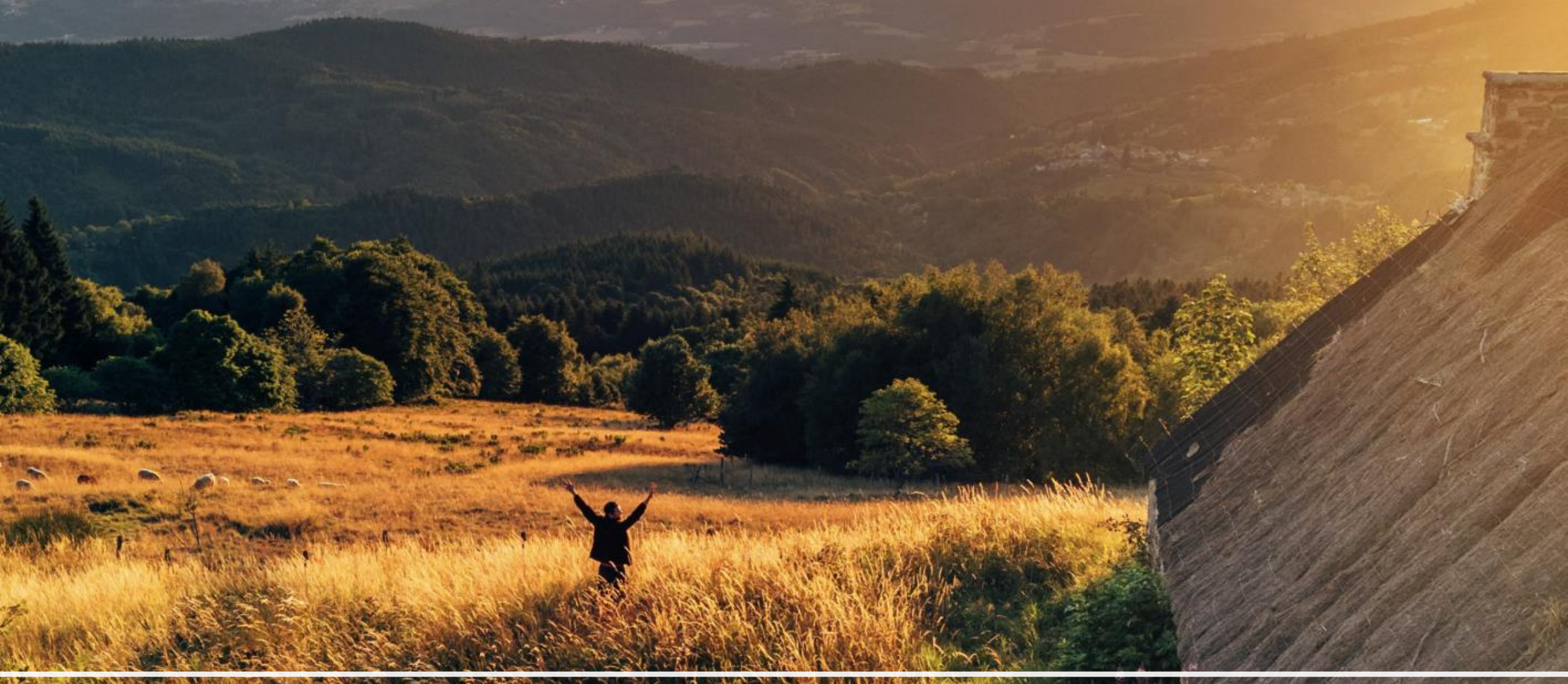




« Brand is Trust »

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

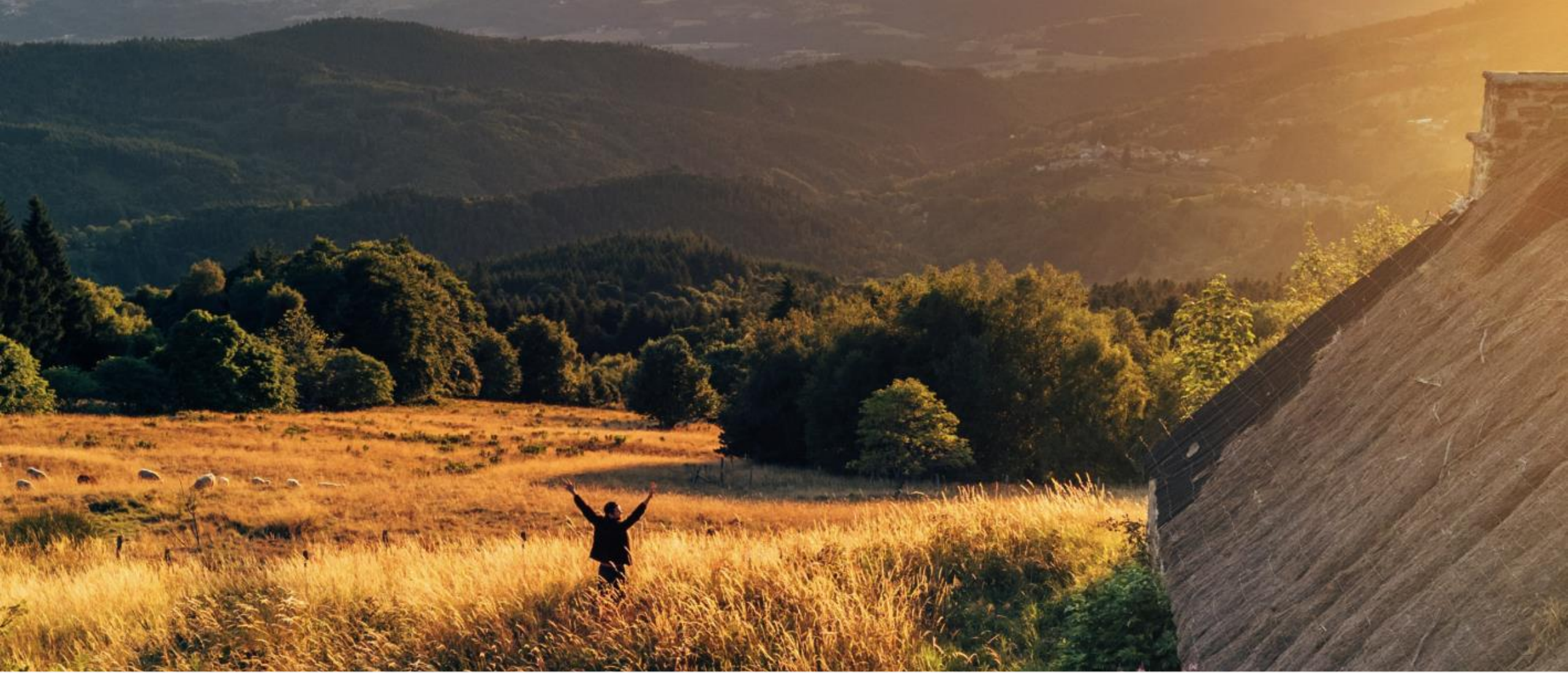


Une autre priorité-limiter les impacts du tourisme sur l'environnement



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

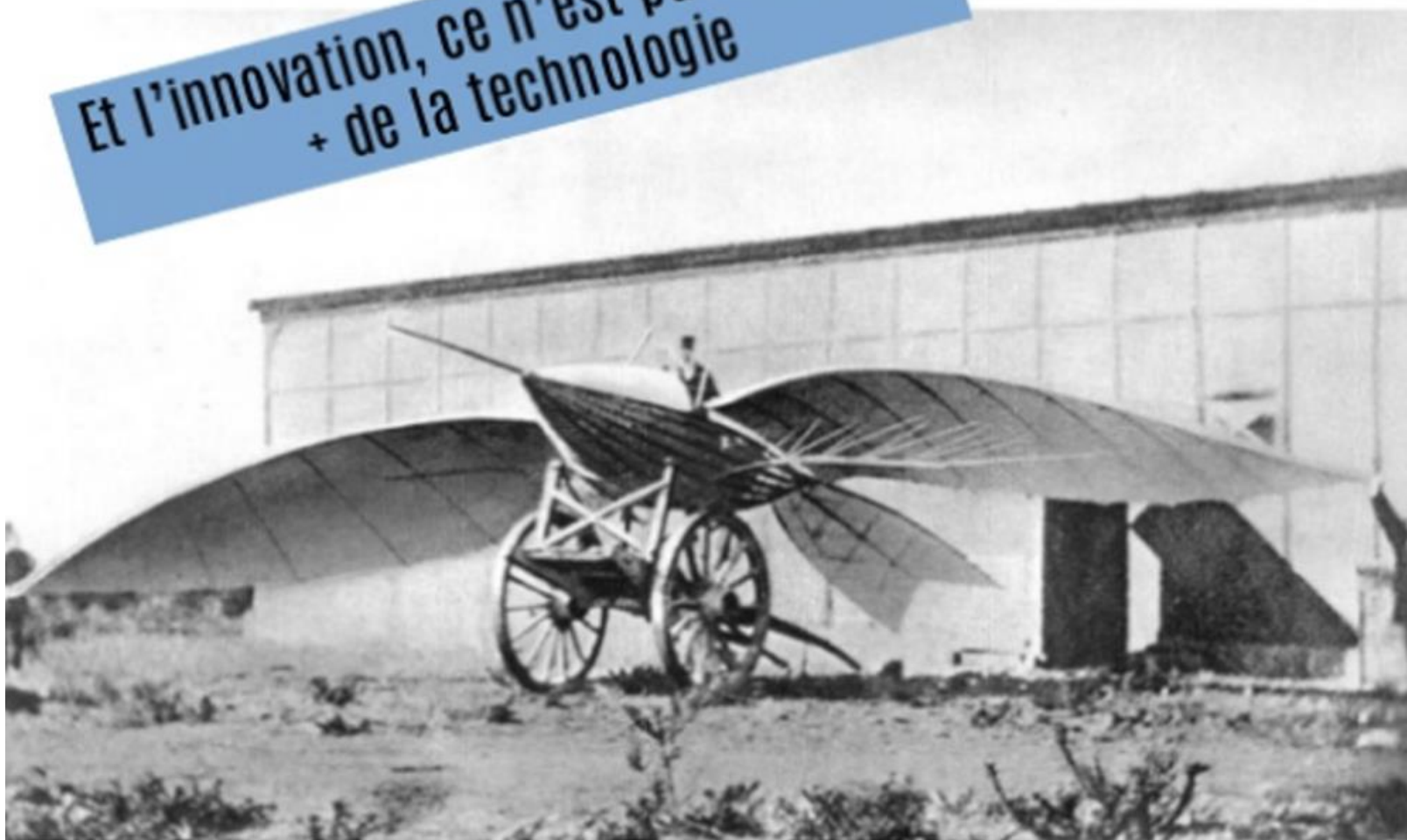




Le défi de l'innovation... de l'adaptation



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 évolution 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"

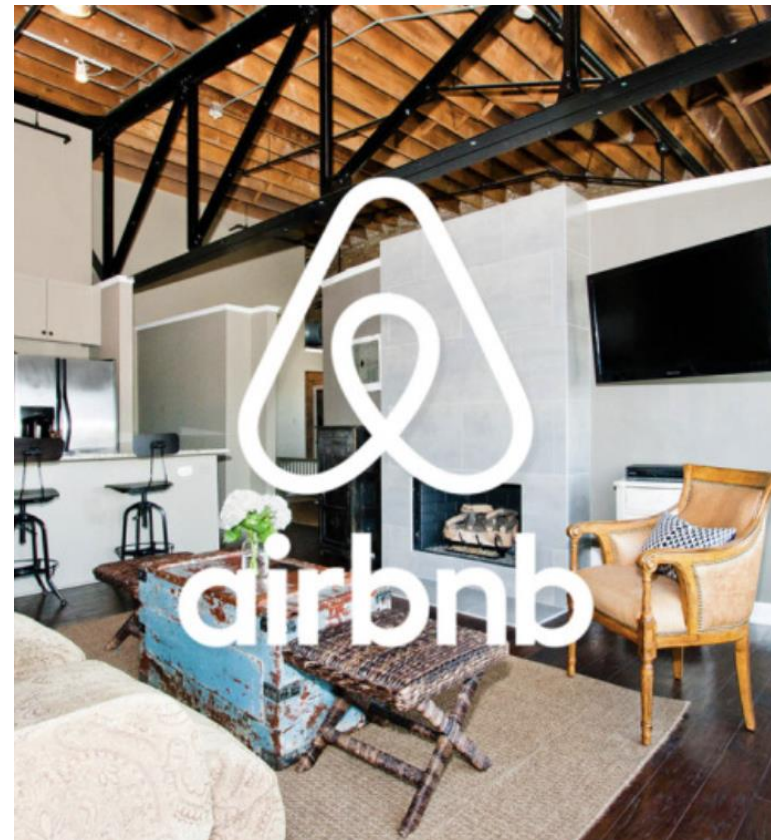
- Reconnaissance faciale et empreintes digitales dans les aéroports pour fluidifier les contrôles.
- Paiements et check-in sans contact, accélérés après la pandémie de Covid-19.

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

Proposer des itinéraires
Le bureau de Tourisme est créé en 1908. 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.

Offering Itineraries
The Tourism office was created in 1908. 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.

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, 60 600 en 1923, 155 000 en 1925. Le bureau emploie alors plus de 100 personnes pour traiter ces demandes dans les meilleurs délais.

The growth in requests
Requests became more and more numerous: 19,000 route descriptions in 1921, 60,600 in 1923, and 155,000 in 1925. At that time, the office had more than 100 people to deal with these requests as quickly as possible.

7.2



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



LA VALLÉE DE LA DORDOGNE

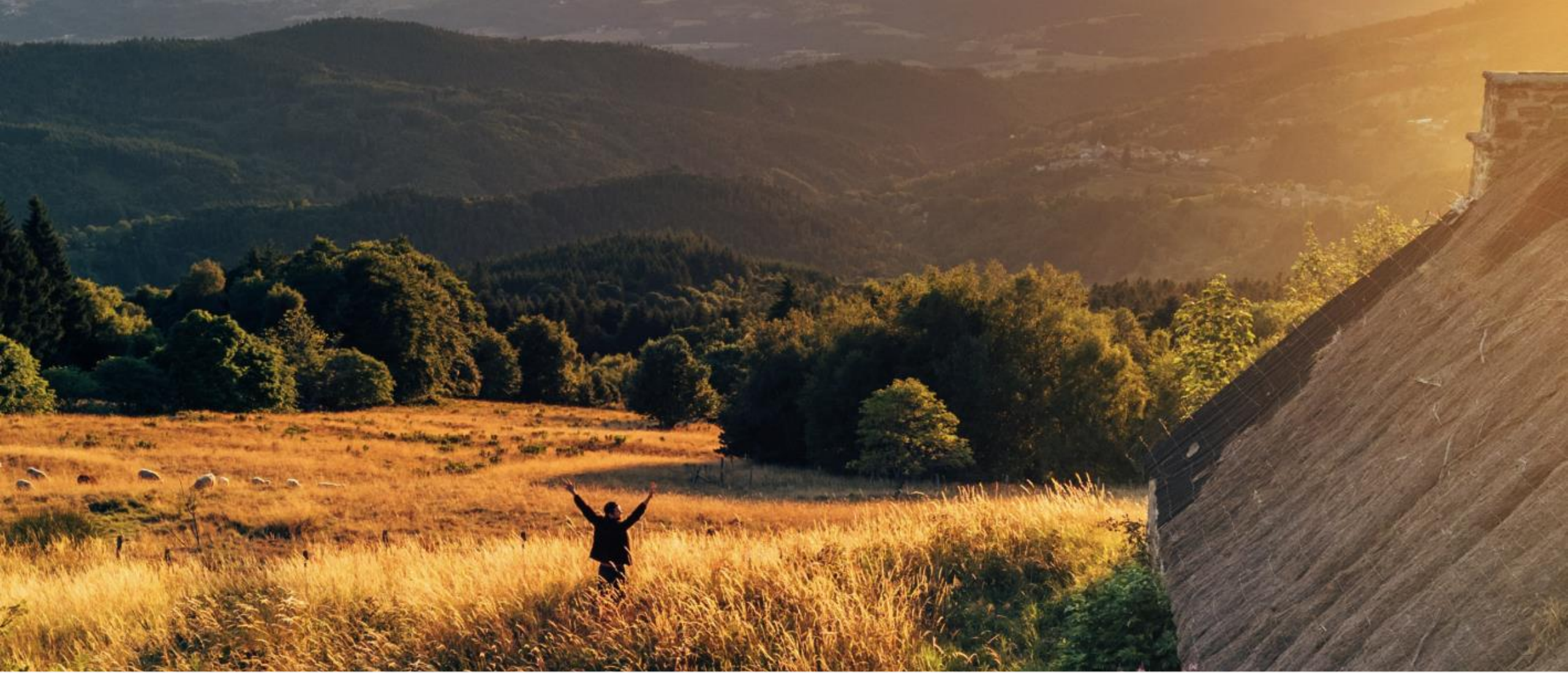
À VIVRE UN ÉTONNANT VOYAGE !

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

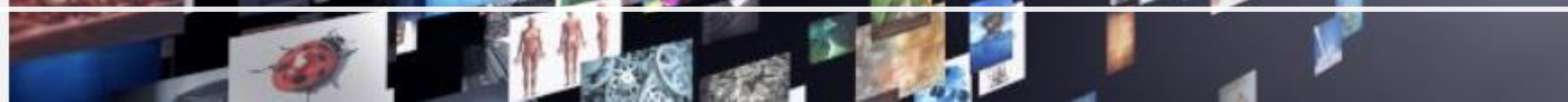




Comment engager le débat de l'usage du temps libre



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



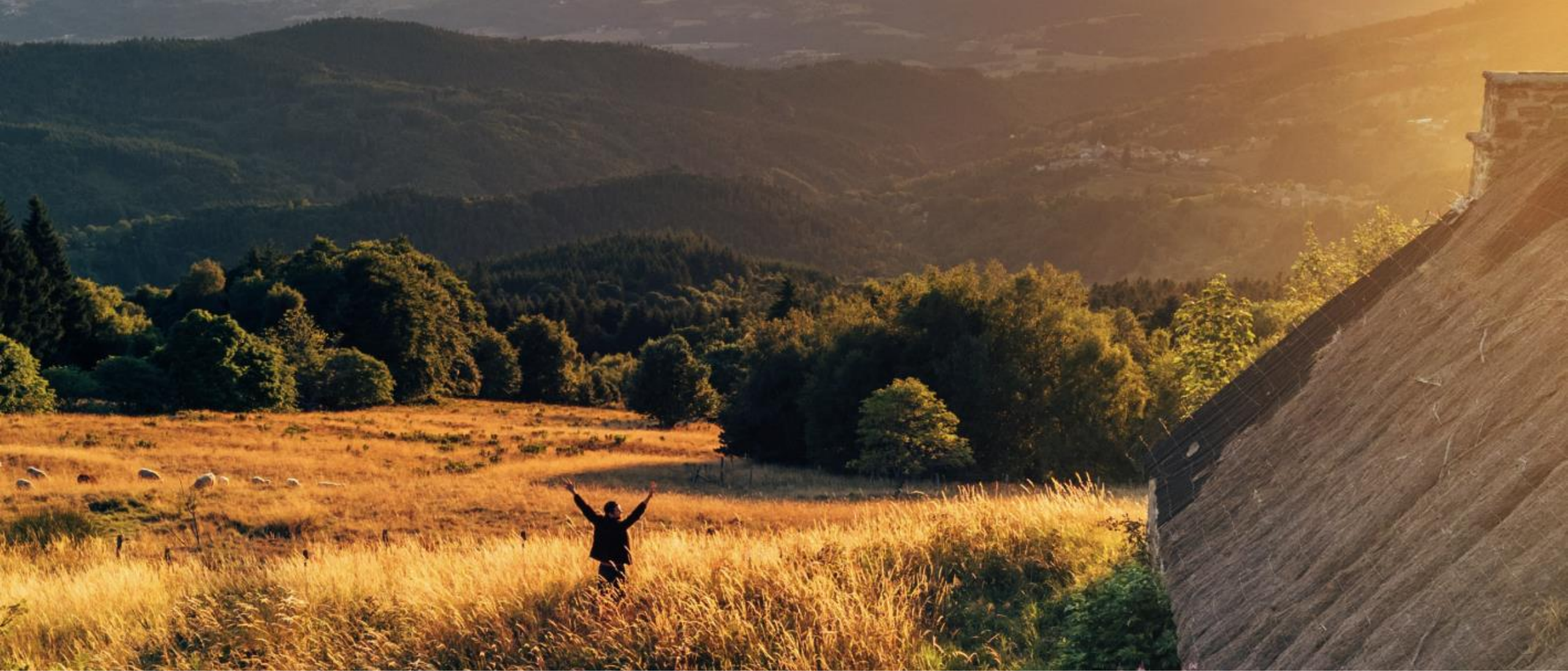
Radio France website interface showing a podcast titled "On sait pourquoi les levers et couchers de soleil ont un effet galvanisant sur notre santé mentale" (We know why sunrises and sunsets have a galvanizing effect on our mental health). The interface includes navigation links (Radios, Podcasts, Catégories, Musique, Enfants), a search bar, and a "Se connecter" button. The podcast is dated "Mardi 18 avril 2023" and has a duration of "3 min". The image shows a sunset over the Atlantic Ocean.

Radio France website interface showing a podcast titled "On sait pourquoi les levers et couchers de soleil ont un effet galvanisant sur notre santé mentale" (We know why sunrises and sunsets have a galvanizing effect on our mental health). The interface includes navigation links (Radios, Podcasts, Catégories, Musique, Enfants), a search bar, and a "Se connecter" button. The podcast is dated "Mardi 18 avril 2023" and has a duration of "3 min". The image shows a sunset over the Atlantic Ocean.

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

