



SLOW TOURISM

TENDANCES

2018 / 2019

PRÉPARÉ PAR



SLOW TOURISM LAB

LES FORMES DE TOURISME DURABLE

Tour d'horizons des termes et leur définition.

TOURISME RESPONSABLE

Synonyme du tourisme durable, il s'applique à toutes les branches de l'industrie du tourisme (balnéaire, montagne, rural, luxe, etc.) et participe au développement des populations et des territoires en contribuant aux enjeux du **Développement Durable**

ÉCOTOURISME

Un peu plus spécialisé : voyage responsable **dans la nature** qui contribue à la protection de l'environnement et au bien être des populations locales

TOURISME SOLIDAIRE

Le tourisme solidaire regroupe les formes de tourisme alternatif qui mettent au centre du voyage **l'homme et la rencontre** et qui s'inscrivent dans une logique de développement des territoires.

TOURISME ÉTHIQUE

L'objectif premier est la rencontre avec les **réalités du pays** dans lequel on voyage (par exemple, en partenariat avec les ONG)

SLOW TOURISME

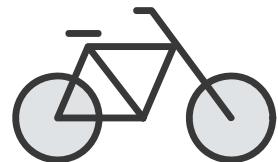
Inspiré du slow food (un mouvement pour faire face à la malbouffe et au fast-food), il s'agit de **prendre le temps** de découvrir une destination, d'apprécier les paysages, en privilégiant notamment des destinations proches et des moyens de transports moins polluants. Ce type de tourisme est donc étroitement lié au tourisme durable et ses formes.

LE SLOW TOURISME

EN 6 CHOIX



Faire le choix de l'écotourisme ou tourisme responsable



Favoriser le pédestre et les mobilités douces



Prendre le temps de découvrir une destination de l'intérieur



aller vers les habitants du pays dans lequel vous êtes et de les découvrir



Privilégier des destinations plus proches



Prendre part activement à la vie locale (échanges, rencontres)

LE TOURISME RURAL

CHIFFRES CLÉS

En 2016, le tourisme rural représentait
1/3 des nuitées en France
(292 304 nuitées)



(Chiffres TourMag.com)

LA RURALITÉ, UNE IMAGE POSITIVE

La campagne devient une destination privilégiée pour les courts séjours. Art de vivre, valeurs identitaires et authenticité qui attirent de plus en plus les visiteurs au même titre que la diversité de ses paysages, patrimoines, savoir-faire et traditions. Le développement de l'offre hébergement, des prestations de qualité sont les objectifs touristiques principaux des collectivités.

EN 2010



514 742	Exploitations agricoles
9738	Proposaient un hébergement
2575	Proposaient des offres de restauration.

(Chiffres TourMag.com)

EN 2019

Gites de France référence 3470 établissement avec la thématique "à la ferme" en France (soit 2.2% des hébergements touristiques français).



(Gites de France.com)



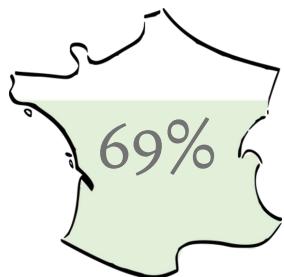
Le nombre d'offres locatifs d'hébergements dans les campagnes a été **multiplié par 37** entre 2012 et 2017

(Chiffres TourMag.com)

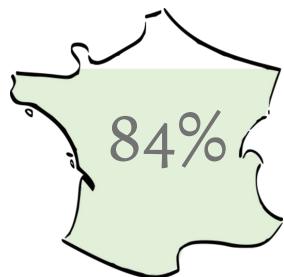
LE TOURISME RESPONSABLE

CHIFFRES CLÉS

EN 2009



EN 2017



Ont entendu parler du *tourisme responsable* ou un des termes associés même s'ils ne savent pas toujours précisément ce qu'ils signifient, leur accolant majoritairement le respect de l'environnement.

(Étude Harris Interactive)



70%

des français souhaite partir
en voyage responsable
+2pts VS 2007

90%

des français se disent
attentifs à l'environnement
et les locaux en vacances



(Étude CasdenMag)

EN 2009



EN 2017



sont prêts à adopter un comportement d'*éco-consommateur*
prendre des responsabilités face à leur impact environnemental sur
leur lieu de séjour

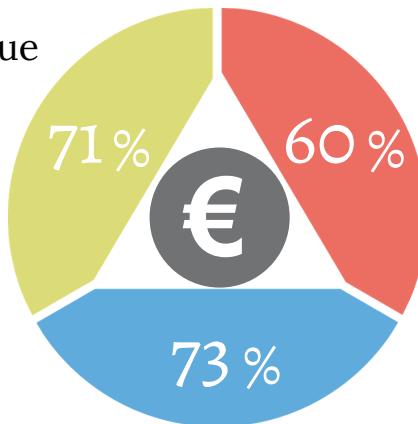
(Étude Booking et Harris Interactive)

LE TOURISME RESPONSABLE

CHIFFRES CLÉS

EN 2017

des français estimant que l'offre actuelle de tourisme responsable est chère.



des clients français perçoivent le caractère durable comme un « plus » (à prestations égales)

des millenials sont prêt à payer plus pour une destination écologique (VS 51% des baby-boomers)

(Étude Tns-sofres et Consoglobe)

LES ASSOCIATIONS ET LABELS

Acteurs du Tourisme Durable

ATD

**120
membres**

ATD est le premier réseau national B-to-B visant à faire évoluer l'ensemble du secteur vers un développement durable du tourisme. Le Slow Tourisme Lab en est membre depuis 2017)

Agir pour un Tourisme Responsable

32

membres

ATR

et 14 labélisés (+8 en cours)

Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire

ATES

**32
membres**

+ séjours labelisés

Créé en 2006, ce réseau d'acteurs et de spécialistes regroupe des professionnels et membres associés, engagés dans le développement et de solidarité internationale..

TOURISME DURABLE ET COMMUNICATION

CHIFFRES CLÉS

EN 2017

64%



des Français considèrent qu'il est **difficile de trouver des informations** pour organiser un voyage responsable.

78%

des voyageurs français trouvent qu'ils sont **mal informés** par les acteurs du tourisme durable, écotourisme etc.

74%

Paradoxalement, 74% déclarent que le voyage responsable est **l'avenir du tourisme**.

(Étude ConsoGlobe et Harris Interactive)

Marketing et éthique, incompatible ?

Les acteurs du tourisme responsable, équitable ou solidaire ne pensent pas toujours à développer leur marché et à miser sur une stratégie de communication plus intense. Souvent, les professionnels du tourisme proposant une offre *durable* ne communiquent qu'auprès d'un public déjà sensibilisé voire engagé. Ils ne cherchent cependant pas à atteindre une clientèle plus large et moins informée. Selon eux, **marketing et éthique ne serait pas compatible**. En revanche, les acteurs du tourisme responsable cherchent à développer leur marché existant et développent une réelle stratégie de niche afin de se différencier de leurs concurrents.

DU CÔTÉ DES PROFESSIONELS

CHIFFRES CLÉS



1%

C'est la **part du marché** du tourisme des français voyageant de façon responsable
(sur le territoire et à l'étranger)



20%

Cette part de marché augmente de 20% par an depuis 2017



91%

des professionnels du tourisme envisagent **d'implémenter des initiatives durables**



17%

des **hébergements s'engagent** dans le respect de l'environnement

(Étude CasdenMag et Harris Interactive)



Les villes adhèrent aussi au slow

252 villes ont adhéré à la charte de l'association **Cittaslow** (vous pouvez visualiser la carte sur <http://www.cittaslow.org/>)

LES TENDANCES DU DIGITAL

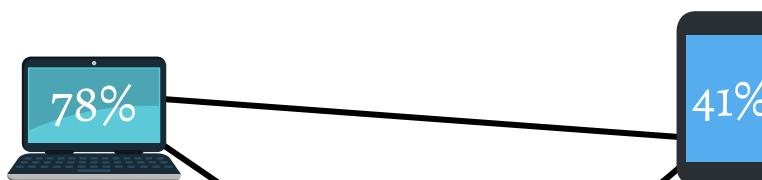
CHIFFRES CLÉS

Majoritairement, nous consultons notre smartphone dans les 5 minutes après notre réveil



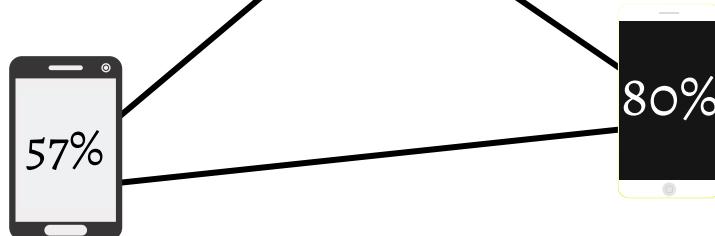
Et toutes les **12** minutes le reste de la journée

des cadres consultent leurs mails durant leurs congés



ne peuvent pas se passer d'internet plus de 3 jours

se disent stressés à cause de cette dépendance



des cadres veulent ralentir leur usage digital

(Étude TravelPort et aupalme.com)



90%

Près de 90 % du volume de data mondial a été généré au cours des deux dernières années,

(Étude Domo, 2018)

LES TENDANCES DU DIGITAL

CHIFFRES CLÉS



des 10 applications les plus téléchargées au monde sont des plateformes de messagerie instantanée



des voyageurs se disent **prêt à réserver** un voyage via une messagerie instantanée



des voyageurs s'attendent à **pouvoir interagir** avec un acteur du tourisme au travers d'une plateforme de messagerie instantanée.

Le marché des enceintes connectées a enregistré une croissance de **187%** en 2018.



En 2019, **45%** des acteurs du tourisme voyage investiront dans le Vocal



17%

des professionnels du tourisme prévoient d'investir dans l'AR (**Réalité Augmenté**) en 2019

(Étude TravelPort, 2018)

Sources

Acteurs du Tourisme Durable (ATD)

Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire (ATES)

Agir pour un Tourisme Responsable (ATR)

Casden Mag, Le tourisme durable, les chiffres clés en France, 2018

Harris Interactive, Les français et le tourisme responsable, 2012

Cittaslow, www.cittaslow.org, 2019

Tns-Sofres, Le tourisme responsable en 2008

TravelPort, Mobile Travel Trends 2019

Atout France, Tourisme rural et agritourisme, 2018

TourMag, Agritourisme séjours nature et "tendances", 2018

DGE, Le tourisme rural, 2018



SLOW TOURISM LAB

Incubateur de projets innovants sur
le territoire rural