

### 4 scénarios pour l'avenir du tourisme en 2033

#### ADN Tourisme

Synthèse - 17 octobre 2023

1

#### Objectif

Analyser l'impact des grands enjeux actuels sur l'évolution des organisations institutionnelles du tourisme, imaginer les futurs possibles, les métiers émergents et les nouvelles missions.

#### Les variables clefs

12 variables clefs sont considérées comme déterminantes pour analyser les mutations futures du secteur touristique et de ses acteurs :

1. L'impact de la conscience écologique sur les comportements
2. L'implication de la population dans le fait touristique
3. L'impact de l'évolution du rapport au travail
4. L'évolution du service public
5. L'évolution des comportements sociétaux
6. L'usage du temps libéré
7. La place de l'économie circulaire
8. L'impact des risques et des crises sur le tourisme et nos organisations
9. Les nouveaux acteurs du tourisme
10. Les conséquences de l'épuisement des ressources
11. L'évolution du tourisme de masse
12. Les impacts géopolitiques

#### Les scénarios

Le premier scénario se base sur les tendances actuelles et les 3 autres sont des scénarios de rupture.

#### Scénario 1 « Changements immobiles »

##### Société / monde

- **Inégalités croissantes et modèle démocratique de plus en plus minoritaire.**
- **Puissance croissante en Occident des mouvements populistes**, encouragés par les réseaux sociaux, avec des médias qui ne jouent plus leur rôle historique de modération.
- **Force croissante des impacts du changement climatique.**

- **Contexte géopolitique toujours fluctuant** : dépendance croissante des Etats-nations aux opérateurs économiques mondialisés.
- **Fracturation forte de la société** : exacerbation du communautarisme et accroissement des inégalités sociales.
- **Prise de conscience d'une indispensable écologie comme norme sociale** : Les pouvoirs publics continuent de ménager la chèvre et le chou, entre réalisme économique et demandes contradictoires de la société.
- **Large développement des technologies basées sur des blockchains décentralisées**, permettant de nouveaux modèles commerciaux et sociaux.
- **Explosion des prix du transport aérien**, fort investissement public dans le transport ferroviaire et généralisation du covoiturage, de l'autopartage, de la location de camping-cars entre particuliers et des vélos ou scooters en libre-service.
- **Décloisonnement des politiques des collectivités et regroupement des services** en priorité pour l'optimisation des dépenses, maintien de la force de la demande de service public de proximité au sein des populations locales => développement du service public de la qualité de vie, qui comprend le tourisme, les loisirs, les sports, la culture, la santé, les transports...
- **Dans le rapport au travail, quête permanente d'un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle**, priorité à la réalisation individuelle et à l'attention à la famille, semaine de 4 jours comme nouvelle norme.

## Tourisme

- **Activité résiliente** : redémarrage à chaque sortie de crise lorsque l'outil de travail n'est pas endommagé.
- **Nécessité d'agilité et d'adaptation régulière des professionnels.**
- **Développement continu malgré ses impacts environnementaux.**
- **Le changement climatique réoriente les flux touristiques mais sans les remettre en cause.**
- **Réglementation des flux**
  - **Forte régulation des flux pour que le tourisme soit accepté par les habitants** : encadrement croissant de l'accès à de nombreux sites, généralisation de la réservation préalable d'une activité en milieu naturel.
  - **Organisation croissante et moindre spontanéité du tourisme** : fonctionnement par jauge comme norme.
  - Régulation des flux **également par la gestion des prix** et utilisation croissante du « yield management » pour réguler les saisons.
  - **Tourisme permanent dans de nombreux milieux** (littoral...).
- **Adaptation au changement climatique**
  - **Décalage ou élargissement des saisons dans de nombreuses régions.**
  - Pivotage de nombreuses activités (pleine nature...) : offre d'intérieur en été pour les prestataires de randonnée.
  - **Nouvelles friches touristiques** là où la mutation était trop complexe (stations de moyenne montagne...).

- **Imposition des questions d'origine des produits, de qualité environnementale des services** dans la demande.
- **Evolution des flux et déplacements**
  - **Développement du trafic aérien** : toutefois, une part croissante de la population opte plutôt pour des courts séjours plus réguliers.
  - **Le train est une alternative plébiscitée mais le développement des infrastructures prend beaucoup de temps** : rôle majeur des collectivités.
  - Mobilités douces comme forme de plus en plus fréquente de déplacement majoritaire.
  - **Recherche de tourisme plus lent pour les déplacements longue distance** : les voyages lointains apparaissent de plus en plus comme le voyage d'une vie ou, a minima, comme des voyages qui méritent de passer au moins 1 mois sur place ; **acceptation croissante par les employeurs d'aménager les congés afin de rendre ces pratiques accessibles au plus grand nombre.**
- **Evolution de l'offre touristique**
  - **Poursuite de la concentration dans le camping ou l'hôtellerie.**
  - **Disruption croissante par les grands acteurs** : suite à la réglementation des locations saisonnières, diversification des activités des géants (Airbnb, Booking, etc.) dans d'autres secteurs comme les activités et les visites.
  - **Progression de l'atomisation de l'offre** (locations saisonnières, offres insolites) **et émergence de nouveaux prestataires** (autour du bien-être, du bien manger, du climat, etc.) ; renforcement de l'hybridation des activités (coiffeur/restaurant/cours de yoga).
  - **Aboutissement du décloisonnement entre tourisme et loisir dans toutes les offres marchandes.**
  - **Démarche écoresponsable pour la majorité des prestataires touristiques** (en priorité, les hébergeurs) ; facteurs de cet engagement : 1) réglementation, 2) marketing, 3) conviction.
  - **Adaptation de l'offre en fonction des crises successives** et donc de l'évolution de la demande : fraîcheur lorsque canicule, demande accrue de traçabilité lorsque crise alimentaire...
- **Impact de l'intelligence artificielle sur le tourisme et les métiers**
  - **Omniprésence de l'utilisation de l'IA grâce à sa qualité d'usage et sa fluidité** : facilitation de l'accessibilité d'une information touristique sur mesure depuis smartphone.
  - Organismes institutionnels du tourisme distancés par le secteur privé sur les outils d'intelligence artificielle (chatbots), ce qui a provoqué une **désertion des sites internet officiels des destinations touristiques** : néanmoins, afin d'améliorer l'expérience touristique, les destinations enrichissent des chatbots locaux d'informations exclusives, comme avantage concurrentiel.
  - **Automatisation d'un certain nombre de processus** (analyse d'avis, réservations, bases de données, etc.).
- **Le service public du tourisme**
  - **Les grandes majors prennent la main comme l'Etat n'a plus la capacité de réguler.**
  - Ce service public n'est **pas une priorité ni pour l'Etat ni pour les collectivités locales.**
- **La demande**

- **Bien-être** (santé, nourriture, tourisme du grand âge) si pouvoir d'achat suffisant pour y accéder.
- **Offre et consommation à 2 vitesses** (vacances « low cost » vs vacances « conscientes ») qui fracturent encore plus la société.

### Organismes institutionnels du tourisme

- **A géométrie variable**, que ce soit **en termes de publics cibles, de missions et d'organisation.**
- **Au niveau local**
  - **Regroupement de plusieurs services publics au sein d'une même structure ; après les agences d'attractivité, les offices de tourisme et de la mobilité, les agences locales en charge du sport, des loisirs, de la culture et du tourisme, etc.**
  - **Multiplification des rapprochements territoriaux : fusion progressive de petites structures** parfois entre plusieurs intercommunalités, parfois entre le niveau départemental et local, **sur tout ou partie du territoire ; recherche d'efficience.**
  - **Organisation touristique locale des zones à forte touristicité** (notamment les stations classées).
  - **Autonomie croissante des métropoles.**
  - **Compétence toujours partagée malgré l'augmentation de ces regroupements : persistance du millefeuille touristique et confusion des rôles entre les niveaux communal, intercommunal et départemental.**
  - **Niveau régional de plus en plus orienté vers l'attractivité globale de la région.**
  - **Les relais d'animation restants des offices de tourisme départementaux et régionaux dépendent de moins en moins de contributeurs publics mais sont plutôt financés de manière coopérative par leurs bénéficiaires qui se dotent d'outils de professionnalisation, d'innovation et de coordination performants.**
- **Promotion internationale**
  - **Acteurs publics pris entre l'injonction sociale de réduction du transport aérien et la bonne santé du secteur aérien.**
  - **Fracture entre destinations touristiques, certaines "poches" restant très axées à l'international et d'autres ne mettant plus de budget sur ces clientèles.**
- **Accueil**
  - **Fermeture ou dégradation du service** (mutualisation des services publics) des bureaux d'information touristique qui ne se sont pas réinventés pour devenir de véritables objets touristiques en dehors des zones à très forts flux touristiques.
- **Ingénierie**
  - **L'économie touristique compte sur les organismes institutionnels du tourisme pour accompagner l'évolution et la résilience ; difficultés cependant d'adaptation pour prévenir les crises.**
- **Transversalité**
  - **Généralisation du concept d'attractivité : meilleur moyen pour attirer de nouveaux habitants et ancrer ceux qui y résident, tourisme généralement partie prenante de ces politiques d'attractivité portées par les collectivités locales.**
  - **Intégration du loisir au service public du tourisme, généralisation de la « touristification » du quotidien et demandes des usagers de loisirs de proximité.**
  - **Souhait des collectivités face à la pression touristique d'une meilleure anticipation de la concertation avec les habitants.**

- **Pour répondre à la demande de service public de proximité** (loisirs, mobilité, sports, culture et santé), **certaines collectivités reprennent des services non rentables** (poste...).
- **Innovation publique**
  - **Recherche** par les collectivités d'une **meilleure efficacité des structures financées**, vivacité persistante de l'antienne « **regroupement = économie** ».
  - **Poursuite des études liées à d'éventuelles restructurations sans forcément d'effets** ; **motivation** des initiatives en matière d'innovation publique dans le tourisme **à la fois par la pression budgétaire et par les dynamiques politiques.**

## Scénario 2 « Régulation centralisée »

### Société / monde

- **Engouement pour des systèmes politiques plus autoritaires et dirigistes** : demande de prise en main du fonctionnement et du destin de la société par les Etats et les pouvoirs publics.
- **De façon démocratique**, à travers des **élections**.
- **Contrôle de l'économie par la puissance publique et durcissement des normes pour les entreprises et les individus.**
- Mise en place de **quotas et de restrictions** dans le domaine des **déplacements**, de la **consommation**, de la **propriété**...
- **Acceptation globale par la population** qui y voit le renforcement du **rôle protecteur des Etats et des pouvoirs publics**.
- **Accession au pouvoir** dans **plusieurs pays d'Europe** de **majorités plus radicales en termes d'écologie et de souveraineté nationale**.
- Instauration de **nouvelles contraintes en matière d'écologie, de déplacement et de façon de vivre** et imposition de **quotas de sobriété énergétique** aux **individus et aux entreprises**.
- **Action publique redevenue fortement normatrice et planificatrice** : **reprise en main par les pouvoirs publics du service public** (santé, énergie, assainissement, eau, loisirs, transports, tourisme...).
- **Adaptation des pratiques des citoyens** qui permet de **limiter le réchauffement climatique** et de **justifier l'action des Etats** ; **conduite de la transition** principalement grâce à la **frugalité par la contrainte et la sobriété**.
- **Technologie au service du projet politique pour contrôler les citoyens et priorisation des technologies les moins émettrices.**
- **Etat comme premier employeur du pays** : **le statut de fonctionnaire se rapproche maintenant plus du statut privé**.
- **Evolution des activités du temps libre** : développement du **plein air**, des **événements culturels** et des **micro-aventures locales**.
- **Nationalisation des transports collectifs**, application de **taxes conséquentes** aux **véhicules thermiques individuels**, mesure par l'Etat de **l'empreinte carbone**

**de chaque citoyen et de chaque entreprise et création d'un compte mobilité pour chaque individu.**

- **Acceptation par la grande majorité de la population de la reprise en main ferme d'un pouvoir central qui permet de sauvegarder un semblant de "vie d'avant".**

## **Tourisme**

- **Le tourisme n'est plus la priorité numéro 1 pour les pouvoirs publics, surtout le tourisme international.**
- **Mise en avant d'un tourisme national, de proximité qui alimente la souveraineté nationale et la consommation de produits locaux et permet de se ressourcer tout en régulant les flux.**
- **Quota de « points verts » attribué à chaque citoyen afin de garantir l'accès au tourisme à tous, régulation croissante des voyages à l'étranger (cumuler ses points durant 5 ans pour voyager à l'étranger).**
- **Régulation de l'activité touristique**
  - **La visite d'un lieu très touristique coûte nettement plus de points que celle d'un lieu peu fréquenté ; quand le stock est épuisé, le citoyen doit attendre un an pour le réalimenter ; possibilité de gagner des points par la participation au renforcement de l'industrie touristique nationale ou par des travaux d'intérêts généraux (même si un marché noir existe).**
  - **Interdiction d'accès à certains espaces naturels et aménagement d'autres pour l'activité touristique sur le modèle historique des parcs nord-américains.**
  - **Fortes contraintes pour les locations saisonnières afin de répondre aux problématiques de logement dans les zones très attractives.**
  - **Régulation dans les zones les plus touristiques et développement de zones jusqu'à présent peu fréquentées.**
  - **Vent en poupe pour le tourisme rural, parmi les seuls lieux disponibles.**
  - **Développement d'un nouveau tourisme, plus accessible en nombre de points, notamment dans certaines banlieues où de nouvelles activités se développent, et surtout dans les zones disponibles à proximité de gros bassins de population.**
  - **Suppression des pics de saisonnalité et lissage de l'activité touristique sur toute l'année, notamment grâce à une meilleure répartition des vacances scolaires ; étalement des vacances d'été de mai à mi-octobre ; difficultés des entreprises à s'adapter à ce nouveau fonctionnement pour organiser les congés.**
- **Evolution des flux et déplacements**
  - **Facilitation des déplacements doux et de l'intermodalité entre destinations, via des outils techniques et des mesures financières ; proposition d'alternatives pour voyager virtuellement quand le quota de points est épuisé.**
  - **Développement du tourisme durable : usage massif des transports en commun, du vélo et de la marche et offres à une échelle plus régionale, ce qui réduit les distances moyennes de déplacements en vacances.**
  - **Large réduction des arrivées internationales par le contrôle plus important des frontières et la réduction drastique du transport aérien ; quasiment plus de voyages lointains, ni en émission, ni en réception ; villes et zones historiquement très touristiques comme premières victimes.**
- **Evolution de l'offre touristique**

- **Baisse importante du nombre de lits touristiques**, notamment depuis l'**interdiction de la location saisonnière par les plateformes** sur la partie la plus touristique du territoire ; **réservation des logements Airbnb à la population locale dès que pression sur le logement** ; **vigueur de l'offre à proximité des grands centres urbains**, notamment grâce au **tourisme de proximité**.
- **Dans les nouvelles zones en développement** (banlieues, espaces ruraux), **développement des entreprises individuelles en ajoutant une activité touristique à une activité principale** (activités de loisirs plus que d'hébergement).
- **Déplacement annuel sur des zones plus éloignées de son domicile** grâce à l'**étalement des vacances scolaires**, **généralisation du principe de « grande saison »**.
- **Adaptation nécessaire des prestataires touristiques à des activités qui peuvent s'arrêter facilement** à cause d'une **nouvelle réglementation ou d'incidents climatiques**.
- **Evolution technologique**
  - **Gestion totale des déplacements et de l'activité touristique des citoyens** par diverses technologies utilisant largement l'**intelligence artificielle** : reconnaissance faciale, contrôle des entrées et des déplacements ; **gestion du système de points verts** à travers une **application individuelle** généralisée à l'ensemble des citoyens.
- **Le service public du tourisme**
  - **Centralisation de l'ensemble de l'activité touristique au niveau national** ; **gestion de l'accès aux sites, des flux, des quotas, des points, des transports et des loisirs du quotidien** par une **Agence Centrale**.
- **Impact du changement climatique sur l'activité touristique**
  - **Encadrement des activités touristiques par une réglementation de plus en plus stricte** ; nombreux drapeaux d'alerte : **météo des forêts** permettant la prévention des feux, **météo des rivières** (niveau d'étiage), **météo foudre**, **météo inondation**, etc. Cela **limite drastiquement le camping, la restauration outdoor et les activités de pleine nature** et **oblige de nombreux professionnels à être pluriactifs** car leur activité touristique peut être subitement interdite.

### Organismes institutionnels du tourisme

- **L'Etat organise l'activité touristique en conséquence de priorités climatiques et sociales et délègue des missions à des organismes locaux** par habilitation.
- **L'Etat au cœur du réacteur**
  - Les **antennes locales** sont consultées par l'Etat pour **faire remonter leurs données territoriales**, retour en force du contrôle de l'administration de l'Etat en région et dans les départements.
  - Réalisation de **campagnes de communication, de sensibilisation et d'incitation** pour **favoriser la fréquentation des zones à faible impact environnemental**.
  - **Poids des collectivités locales moins important au niveau local** en termes d'**aménagement, développement et ingénierie** ; **services décentralisés de l'Etat incontournables** pour un projet d'aménagement ou une ouverture de nouveau service touristique.
  - **Reprise de la gestion du tourisme régional** avec la **création d'antennes**, qui ont réintégré les **effectifs des ex-Comités régionaux de tourisme**.

- **Des organismes locaux habilités**
  - Les **Organismes Locaux de Tourisme** doivent **suivre une démarche unique**, correspondant à **leur niveau de "touristicité"**, et **l'Etat décide de la pertinence territoriale au vu d'un ensemble de critères**.
  - **Dans certaines zones rurales**, le **département** est défini **comme la bonne échelle** ; **ailleurs**, c'est à un **niveau plus local** (voire au niveau communal pour les zones les plus touristiques).
  - **Financement par une dotation d'état** qui peut être **complétée par des financements locaux**.
  - **Harmonisation** au plan national **de la signalétique, du fonctionnement et de la marque de ces organismes locaux de tourisme** ; mise en place d'**outils communs** (système d'information, application mobile, etc.), **harmonisation de la formation des personnels, gestion commune de l'ensemble de la masse salariale** ; comme dans un grand groupe, **les agents des OLT peuvent évoluer ou bouger au sein des différents organismes rattachés**.
  - **Missions**
    - Accueil des publics avec un rôle important sur la prévention et la gestion des flux.
    - Outils d'information.
    - Adaptation de l'offre aux nouveaux modes de consommation (répartition des flux, lissage des vacances, etc.).
    - Coordination et accompagnement des acteurs touristiques pour adapter leur activité à la réglementation (quotas et autorisations) mais également contrôle des activités touristiques.

## Scénario 3 « Coopérations locales »

### Société / monde

- Dans un **contexte d'agitation géopolitique forte, de crises climatiques continues et d'épuisement des ressources**, les **États vacillent et ne peuvent plus assurer nombre de services envers les citoyens**.
- **Niveau maximal de défiance envers les institutions**.
- **Solutions au niveau local** par un **engagement fort des communautés qui se comportent de façon autonome**, sans beaucoup attendre du politique.
- **Communautés très cloisonnées**, à l'image d'une **société de plus en plus fracturée**.
- **Demande très forte des citoyens en matière de services publics** ; les finances publiques ne permettant plus de développer ou de maintenir de nouveaux services publics locaux, apparition de **nouvelles formes d'organisations**, notamment des **coopératives locales supplantant l'échelon communal ou intercommunal**.
- **Confiance** de la **grande majorité des citoyens** envers les **initiatives locales venues du terrain**, beaucoup plus qu'envers un système politique => **accélération de l'engagement communautaire des habitants**, en dehors de toute organisation politique ou institutionnelle.

- La **priorité de chacun pour la qualité de vie et le bien-être** se ressent **dans les choix de vie et de consommation** ; **décroissance envisagée avec optimisme** par la société ; **forte volonté d'un retour à la nature et, paradoxalement, concentration des populations autour des plus grandes métropoles** qui restent les **épices de l'activité économique**.
- **Avènement d'une société frugale avec respect de la nature et sobriété comme normes** ; les **citoyens ont compris qu'ils sont une partie de la nature**, utilisent des **équipements plus low-tech, mutualisent et changent leurs habitudes alimentaires**.
- **Généralisation de la consommation par l'économie collaborative** dans des **sphères affinitaires bien délimitées résultant de la domination de valeurs individualistes et d'une fragmentation de la société** avec **dynamiques coopératives et affinitaires et relation à l'espace et à la nature**.
- **Très grande place du Web3 qui répond aux aspirations croissantes des internautes** : **sécurité des données personnelles, "démarchandisation" des services considérés comme fondamentaux (réseaux sociaux, transactions, propriété intellectuelle, etc.), authentification sécurisée des personnes physiques, etc.**
- **Explosion des activités de loisirs, créatives ; taux record de l'engagement associatif** du fait du **nouvel usage du temps libéré**.
- **Perception négative du parcours de distances importantes ; rareté croissance du voyage** qui est **beaucoup plus long** à cause des **modes de déplacements utilisés**.

## Tourisme

- Un **tourisme qui s'éloigne de la standardisation** : dans une société en cours de **démondialisation, de plus en plus de solutions locales et communautaires à côté, voire à la place, des majors du secteur**.
- **Réorientation totale du tourisme par la prise en compte de ses impacts environnementaux et les effets notables du changement climatique**.
- **Evolution de l'image du voyage : aventure au coin de la rue**.
- **Evolution des flux et déplacements**
  - **Forte baisse et faible acceptation sociale des déplacements internationaux**.
  - **Régulation des flux dans les territoires à forte touristicité sous la pression des communautés locales** : fixation de charges maximales sur de nombreux lieux, organisation des communautés locales pour **proposer du tourisme régénératif** en construisant des **offres de séjour utiles pour le territoire** (appel à compétences spécifiques, patrimoine, biodiversité, etc.) et sollicitation des visiteurs par les territoires à faible touristicité, voire pas du tout touristiques, pour contribuer à la vie locale.
  - **Apparition de nouveaux territoires touristiques (banlieues...) et développement de coopératives** inspirées du modèle « Hôtel du Nord » à Marseille.
- **Evolution de l'offre touristique**
  - **Hausse de l'accueil dans la famille et chez les amis** pour des **raisons économiques mais également affinitaires, vacances comme moment de**

- ressouder les tribus et les communautés et plein développement des plateformes d'échanges de logements.
- **Vacances et voyages de plus en plus communautaristes** dans une **société plus fracturée** ; le **voyageur quitte rarement son milieu culturel** de par la **multiplication des initiatives d'accueil, communauté par communauté** (défenseurs des animaux entre eux, permaculture vs ferme industrielle...).
- **Subsistance d'un modèle marchand de tourisme de masse** qui souffre d'une **désaffection des clientèles**.
- **Engagement des restaurants dans la transition écologique** : extension de la palette de leur offre (bistro rural multiservices, cantines pour personnes âgées...) et simplification et orientation des cartes vers des produits locaux/des plats du jour.
- **Moindre utilisation des plateformes mondialisées pour l'organisation d'un voyage ou de vacances au profit d'une kyrielle de sites ou systèmes locaux** : règne pour le visiteur de la **découverte autonome**, du **contact inter-communautés** et des **outils informatiques hyper localisés**.
- **Développement du voyage itinérant en mobilité douce**
  - **Fréquence des roadtrips en vélo ou à pied pour la proximité** : il est **socialement très désirable** de partir découvrir la France en vélo ou son département à pied, tout en faisant **halte chez l'habitant ou dans des communautés organisées, relocalisation du backpacking**.
  - **Fréquence nettement moindre des voyages long-courriers**, liés à des **durées de séjour beaucoup plus longues, découverte sur place privilégiant itinérance et mobilités douces**.
- **Des outils technologiques au service du tourisme communautaire**
  - **Appui de l'expérimentation autour des coopératives locales et de l'essor des communautés affinitaires sur les technologies du Web3** pour garantir la sécurité et le partage des données, **organisation d'échanges d'informations et de services** entre communautés territoriales et affinitaires **grâce aux contrats intelligents valorisés par** des technologies du type **NFT** et valorisation des qualités concurrentielles des échanges par des **monnaies virtuelles communautaires**.
  - **Interactions entre membres et « invités-candidats » favorisés par des métavers communautaires** grâce à une navigation plaisante et fluide, qui **remplacent souvent les sites internet de destination devenus trop statiques et déshumanisés** ; **redéfinition et développement qualitatif des fonctionnalités proposées par l'intelligence artificielle** avec l'objectif de **concentrer l'interaction humaine sur des problématiques à forte valeur ajoutée** (partage des valeurs...).
- **Le service public du tourisme**
  - **Très large délégation du tourisme à des communautés actives**, à l'instar de l'ensemble des « **services communs** », et **intégration par les pouvoirs publics de la notion d'« auto-organisation » des acteurs**.
  - **Variété de formes d'organisation dans la culture de l'expérimentation** : il n'y a plus d'organisation unique des organismes du tourisme, **partage de la compétence entre les différents niveaux de collectivité mais mise en œuvre diverse**, ce n'est plus vraiment la fonction qui **crée la légitimité** mais plutôt la **technicité**, des **organismes qui s'adaptent aux besoins**.
- **Tout le monde s'y met**

- **Remplacement partiel du modèle marchand par le troc et le circuit court**, les services générés par les utilisateurs assurent une partie du service touristique afin de réduire les coûts et de pallier le manque chronique de main-d'œuvre : généralisation des **systèmes de type « wwoofing »** et plein essor des **modèles de type participatif** où les campeurs contribuent aux tâches du quotidien.
- **Développement de nombreuses plateformes de voyage volontaire**, souvent territorialisées, ainsi que de **startups spécialisées dans la préservation et la rénovation du patrimoine bâti ou naturel** : participation à des chantiers comme objet des vacances (château de Guédelon...).

### **Organismes institutionnels du tourisme**

- **Communautés locales au cœur de la gouvernance touristique, souhait du niveau régional d'aider au développement d'initiatives locales communautaires avec un bon niveau d'ingénierie et anciens ADT et OT organisés sous de nouvelles formes comme cœur du réacteur touristique local.**
- **Des organisations multiformes**
  - **Outils de mise en relation de communautés locales avec les visiteurs** ayant comme **caractéristiques majeures l'adaptation permanente à la réalité locale et l'agilité** : les habitants d'un lieu sont fondamentalement au cœur de la vie de ces structures.
  - Après recensement des communautés locales, **lieu plateforme des productions locales avec une boutique de territoire, accompagnement** des communautés dans le **design d'offres** et gestion de l'accueil des visiteurs, **accompagnement après séjour par un « suivi » des visiteurs** en tant que **membres de la communauté**.
  - **Relais d'animation des offices de tourisme** particulièrement pertinents pour **chercher des financements, des partenariats et apporter des services communs avec une approche chirurgicale** : chaque organisation est **adaptée à chaque contexte en fonction des attentes et des besoins des communautés locales, vrai risque de fragmentation et de cloisonnement** malgré la bonne volonté et l'engagement.
  - **Disparition des organismes institutionnels de tourisme sur certains territoires** : ce sont juste **les communautés et les acteurs traditionnels du tourisme** qui s'organisent.
  - **Meilleure coordination des communautés et acteurs touristiques dans d'autres territoires** notamment par le **développement des destinations à mission** : **engagement des communautés locales et des acteurs du tourisme dans une Responsabilité Sociale des Organisations (RSO) de territoire** définissant des **valeurs partagées avec les visiteurs** (exemple de Copenhague), elles **militent contre la fragmentation du tourisme** qui serait opéré par une **myriade de communautés fermées** et souhaitent un **tourisme plus ouvert** avec un **sentiment de « destination » partagé**.

## **Scénario 4 « Futurs libéraux »**

### **Société / monde**

- Un monde libéral où les pouvoirs publics sont fragilisés par rapport aux grands acteurs privés qui dominent les échanges internationaux, **régulation du monde par l'économie.**
- **Rôle majeur des grands groupes** qui continuent leur ascension à grand renfort d'intelligence artificielle et d'avancées technologiques et qui ont un poids politique majeur.
- **Engagement définitif dans la transition environnementale** pour réinstaurer dans la population une forme de confiance en l'avenir et redynamisation de l'économie par la double transformation numérique et écologique.
- **Encouragement extrême du télétravail par le gouvernement et les entreprises** comme alternative à l'occupation de bureaux, **accroissement de la fracture au niveau du temps libre** : majorité de la population qui tente de trouver une reconnaissance sociale dans un monde virtuel qui lui est ouvert et classes aisées qui éduquent leurs enfants loin des écrans et profitent d'interactions sociales dans le monde réel.
- **Généralisation de l'utilisation du Web3** (intelligence artificielle, metaverse) du fait des investissements importants réalisés par les groupes internationaux.
- **Délégation de service public et mise en concurrence.**
- **Poursuite du développement de l'aérien définitivement sauvé par la taxation relativement faible** de ce mode de transport **et sa décarbonation progressive** ; quelques liaisons ferroviaires à grande vitesse entre métropoles ; pays à plusieurs vitesses : les plus fortunés se déplacent beaucoup et rapidement, s'autorisent des voyages en avion dans les destinations lointaines ; les plus modestes restreignent leurs déplacements et, quand ils doivent se déplacer, arbitrent entre les modes de transport selon le coût.
- « Bon air » capté par l'élite et écrans omniprésents pour les autres.

### Tourisme

- **Dynamique du tourisme portée par des groupes privés internationaux** qui ont diversifié leurs activités : exploitation de **marques touristiques de renommée mondiale**, de sites emblématiques et d'espaces naturels préservés.
- **Paysage touristique partagé entre des territoires au climat favorable préemptés par des grands groupes, des friches touristiques laissées à l'abandon et des territoires « entre deux »** fréquentés par une classe moyenne qui peut encore se permettre quelques séjours.
- **Evolution des flux et déplacements**
  - La **flexibilité des lieux de travail**, apportée par le développement des outils numériques, **favorise les déplacements à plus longue distance, pour des week-ends prolongés ou des vacances**, en particulier chez les **personnes les plus aisées.**
  - **Mondialisation du tourisme** avec une forte hausse des voyages en avion, courts séjours compris : hausse de la flotte des avionneurs et record des commandes d'appareils.

- **Loisirs de proximité (voire loisirs virtuels) comme norme pour toutes les familles qui ne peuvent pas envisager des vacances onéreuses** dans des lieux privilégiés.
- **Impact du changement climatique sur le tourisme**
  - **(Ré)aménagement territorial, modification assez large de l'occupation touristique du territoire** : développement des agglomérations de montagne et « dédensification » des agglomérations littorales les plus exposées (sur le pourtour méditerranéen).
  - **Attrait croissant des zones les plus tempérées et attractivité croissante de la moyenne montagne et des littoraux du Nord de l'Europe.**
- **Evolution de l'offre touristique**
  - **Nouveaux espaces touristiques réservés à une clientèle aisée, voire fortunée, qui alimentent des solutions virtuelles accessibles par le plus grand nombre.**
  - **Motivation des investissements par l'incapacité financière des collectivités locales à entretenir des espaces touristiques perturbés par le changement climatique** : les espaces ruraux qui ont cédé l'utilisation d'espaces naturels contre d'avantageux loyers (utilisation exclusive par des groupes privés de parties entières de parcs naturels, de lacs ou de forêts domaniales) y trouvent des **opportunités financières.**
  - **Parallèlement, investissement des grands groupes internationaux, notamment du luxe, dans des marques touristiques à forte notoriété internationale** : association du nom du grand groupe à la marque prestigieuse en échange d'investissements locaux et de soutien financier aux collectivités en difficulté, généralisation de cette **technique marketing d'appellation** aux destinations touristiques.
- **Evolution technologique**
  - **Investissement assez rapide des opérateurs touristiques les plus importants dans les mondes virtuels** pour y proposer des **offres complémentaires** : **capital de diversification énorme** par le rachat de marques touristiques prestigieuses, **joint-ventures entre des groupes touristiques historiques comme Airbnb et Netflix pour développer toute une gamme de loisirs numériques basés sur le voyage**, proposition d'une **offre virtuelle de voyage au niveau mondial basée sur le jeu et la reconnaissance sociale** qui pallie la baisse importante du taux de départ en vacances.
  - **Duplication systématique virtuelle de chaque territoire touristique repris par un grand groupe** : fort développement de cette **nouvelle façon de jouer et voyager.**
- **Le service public du tourisme**
  - Le service public du tourisme n'est **plus une priorité ni pour l'Etat ni pour les Régions ou les intercommunalités** : financements publics qui ont fondu ; **seule** existe encore la **taxe de séjour**, dont les **grands groupes** sont les **premiers contributeurs** ; **réelle inégalité entre les territoires préemptés par des grands groupes** qui perçoivent une **taxe de séjour généreuse** (passée d'un montant fixe à un % du prix du séjour), avec un **effet très positif sur les finances locales, et les territoires non préemptés.**
- **La responsabilité sociétale des entreprises imposée par le marché**
  - **De plus en plus d'offre touristique haut de gamme, largement écoresponsable, dans un environnement préservé dans des zones tempérées ou des territoires à**

**forte notoriété : nouveaux investissements** sur ce **segment de marché** car c'est **le seul rentable**.

- Les **grands groupes ont besoin d'afficher une Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE) à toute épreuve de par l'injonction sociale forte de limiter leur impact environnemental** (avion « propre », séjour écoresponsable, circuits courts, déconnexion des réseaux, etc.) ; ces grands groupes **ont surtout besoin d'afficher des valeurs d'exemplarité dans leurs activités pour attirer des talents. : véritable vitrine des investissements touristiques de ces « majors » sur leur respect de l'environnement et des populations locales** (respect maximal de l'approvisionnement local et du recyclage de matériaux).
- Le **choix du travail avec les opérateurs locaux** (producteurs pour la restauration, prestataires d'activité, guides, conciergerie, etc.) fait **partie du produit et de l'image véhiculée auprès de la clientèle et des employés**.

Pour en savoir plus : <https://www.adn-tourisme.fr/prospective/>