

Le tourisme : un enjeu pour l'Europe

L'Europe : première destination touristique mondiale

L'Europe est la première destination touristique mondiale : le tourisme y est né et s'y est développé grâce à la richesse culturelle du « vieux continent », la variété de ses paysages, ses infrastructures d'accueil et de communication, son offre très diversifiée d'hébergements et d'attractions touristiques. Tous ces atouts en font la région la plus visitée au monde.

Le tourisme est aussi l'un des secteurs économiques les plus prometteurs en Europe. Il contribue à 4% du Produit Intérieur Brut (PIB) de l'Union européenne, ce pourcentage variant entre 2% et 12% dans les 27 pays de l'Union (France : 6,4%, Malte : 12%). Il bénéficie aussi d'un taux de croissance supérieur à la moyenne européenne, puisqu'il se situe au-dessus de 3%.

Ce secteur fait travailler plus de deux millions d'entreprises, qui emploient 8,6 millions des européens environ, soit 4% de la population active européenne.

Si les Européens préfèrent passer leurs vacances dans leur propre pays, ils privilégient l'Europe quand ils choisissent l'étranger. L'Europe est une destination attractive pour ses citoyens puisque 91% des touristes qui séjournent en Europe proviennent des Etats membres. Seulement 11% de l'activité touristique européenne est liée aux visiteurs en provenance des pays tiers (Amérique, Asie...), mais leurs dépenses représentent 30% du commerce international des services de l'Union.

Le tourisme européen face à de nouveaux défis

Ce constat plutôt positif ne doit pas faire oublier que le tourisme européen est confronté à deux défis majeurs : la concurrence internationale, notamment des grands pays émergents (Chine, Inde, Brésil...) et la question environnementale qui se pose au niveau planétaire.

La gageure sera de trouver le bon équilibre entre, d'une part, le développement harmonieux des destinations et la protection de leur environnement et d'autre part, la compétitivité de l'industrie touristique.

Tendances mondiales et changement de priorités : plus que jamais, l'objectif prédominant du secteur du tourisme est de demeurer **compétitif dans le cadre d'un développement durable**. Le « modèle touristique européen » doit donc décliner ces deux impératifs.

La compétitivité passe par **la qualité, l'innovation et l'adaptation de l'offre** aux évolutions de la demande qui est influencée par de grandes tendances :

- Des changements démographiques, liées à la globalisation et à la croissance du marché des « seniors » : de nouvelles clientèles apparaissent (chinoises, indiennes) avec des attentes différenciées. La proportion de personnes âgées de plus de 60 ans passera de 20 à 33% au cours des cinquante prochaines années en Europe : ces personnes vont conserver leur indépendance plus longtemps et certaines formes de tourisme (de santé, de bien-être ou de remise en forme) en bénéficient.
- Des modifications des comportements d'achat tels que la recherche du « haut de gamme » mais aussi par ailleurs de prix bas, l'exigence sur la qualité des prestations, la recherche d'authenticité, la sensibilité accrue aux risques (sécuritaire, sanitaire), l'accélération du rythme de vie, la prise de conscience écologique...

Ces changements obligent les entreprises et les différents acteurs du tourisme à faire preuve de dynamisme et d'imagination pour proposer une offre touristique adaptée, plus segmentée, construite sur des approches thématiques : tourisme d'affaires, de luxe, de bien-être, thermal, sportif, culturel sous tous ses aspects, historique, patrimonial, évènementiel, de mémoire, gastronomique, religieux... Cette diversification de l'offre doit s'accompagner d'une recherche de la qualité des services concernant l'ensemble des prestations touristiques et de la qualité de l'accueil.

De grands projets paneuropéens tels que les itinéraires européens (Véloroutes « Eurovélo », Chemin culturel Saint Martin de Tours entre la France et la Hongrie, Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe) constituent une réponse européenne à ces nouvelles formes de demande.

Ces initiatives sont exemplaires car elles s'inscrivent dans une démarche de développement durable, qui doit prévaloir à tous les niveaux de la chaîne touristique et se décliner dans les différents aspects du tourisme, du tourisme de masse à l'éco-tourisme. Le tourisme doit trouver un juste équilibre entre ses dimensions économique, sociale, culturelle et environnementale.

La stratégie de l'Union européenne en termes de tourisme durable

La Commission européenne, dans sa Communication du 19.10.2007 intitulée « **Agenda pour un tourisme européen compétitif et durable** » propose une stratégie de réponse aux sept défis majeurs pour la durabilité du tourisme :

- réduire le caractère saisonnier de la demande valorisant les destinations hors saison ;
- diminuer l'impact du transport touristique qui, aujourd'hui, représente 8% des émissions équivalentes de CO2 dans l'UE à 15 ;
- améliorer la qualité des emplois touristiques au niveau de la rémunération, des horaires de travail, et des opportunités dans la progression de carrière ;
- maintenir et améliorer la prospérité et la qualité de vie de communautés locales en dépit des changements faisant attention à la promotion immobilière et à la substitution des activités traditionnelles par le tourisme ;
- minimiser l'utilisation des ressources et la production de déchets limitant la consommation d'énergie ;
- conserver et valoriser le patrimoine naturel et culturel sous divers points de vue ;
- rendre accessible pour tous les vacances faisant face aux handicaps physiques et économiques.

La réponse à ces défis repose sur une approche politique globale partagée par tous les acteurs : touristes, entreprises, destinations, populations locales et autorités publiques au niveau local, régional, national et européen.

Par des actions de sensibilisation, par des instruments réglementaires ou des moyens incitatifs, les autorités publiques peuvent stimuler cette nouvelle approche de développement. Par leur comportement exigeant et responsable, les touristes peuvent faire évoluer la consommation touristique. Par leur capacité d'innover et leur nécessité de rester compétitives, les entreprises peuvent modifier les modes de production touristique. Et l'Union européenne peut, à cet égard, constituer un vaste laboratoire dans lequel le développement durable ne sera pas qu'un slogan mais une multitude d'expériences pouvant être diffusées et partagées dans le cadre **d'échanges de bonnes pratiques et à travers des réseaux.**

C'est l'opportunité que nous offre l'Europe : mettre en commun nos connaissances afin de construire le nouveau « modèle touristique européen ».