

# 1. TOURISME EN EUROPE

## 1.1 La croisée des chemins ?

L'Europe connaît, depuis près d'un demi-siècle, une croissance soutenue de son tourisme, et le vieux continent reste la destination la plus fréquentée au monde. La demande touristique y a plus que doublé au cours des vingt dernières années, et revêt une importance économique considérable. Selon les chiffres couvrant la période 1998-2000, le tourisme et ses activités connexes génèrent 12% du produit intérieur brut (PIB) européen, et le secteur a créé plus de 20 millions d'emplois, le plus souvent au sein de petites et moyennes entreprises (PME).

Cette croissance soutenue semble appelée à se maintenir. Selon les prévisions de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le nombre de touristes devrait doubler, en Europe, au fil des vingt-cinq prochaines années. On y enregistrera, dès 2020, plus de 700 millions d'arrivées de visiteurs transfrontaliers par an. Traduite en termes économiques, cette progression équivaut à un taux de croissance annuelle de 3% et à une hausse de 100 000 emplois par an, comme ce fut le cas ces dernières années.

Plusieurs facteurs contribuent à la poursuite de cette croissance. L'introduction de l'euro, la libéralisation des différents secteurs du transport (et du transport aérien en particulier) et l'avancement du processus d'intégration sont autant d'éléments qui vont faciliter encore les déplacements à l'intérieur de l'Europe. La mise au point de nouvelles technologies de l'information va permettre, pour sa part, de toucher d'autres marchés touristiques et de simplifier la planification des vacances, en particulier parmi les amateurs de voyages individuels "sur mesure". Enfin, l'adhésion des pays d'Europe centrale et orientale va ouvrir les portes de nouveaux marchés.

L'activité du secteur ne va s'inscrire dans la routine pour autant. Loin de là. Car les chiffres macroéconomiques cités plus haut ne font pas apparaître les profonds bouleversements susceptibles de se produire, au cours des prochaines années, à l'intérieur même d'un secteur touristique obligé de s'adapter à l'évolution des exigences de sa clientèle, à l'apparition de nouvelles opportunités et au renforcement de la concurrence. Les destinations classiques "soleil et plage" éprouvent d'ores et déjà, en Europe, beaucoup de difficultés à conserver leur part de marché, à l'heure où de nouvelles régions touristiques se développent, et deviennent financièrement accessibles, un peu partout dans le monde.

Les formes 'alternatives' ou 'non conventionnelles' de tourisme rencontrent, de leur côté, un immense succès. Elles affichent, selon les chiffres de 1999, un taux de croissance près de trois fois supérieur (8%) à celui du tourisme classique. De récentes études de marché montrent qu'un nombre croissant de voyageurs cherchent à découvrir non seulement de



nouveaux endroits, mais également de nouvelles formes de tourisme. Ils sont également en quête de produits de qualité, d'un tourisme plus écologique et de séjours plus courts mais plus fréquents.

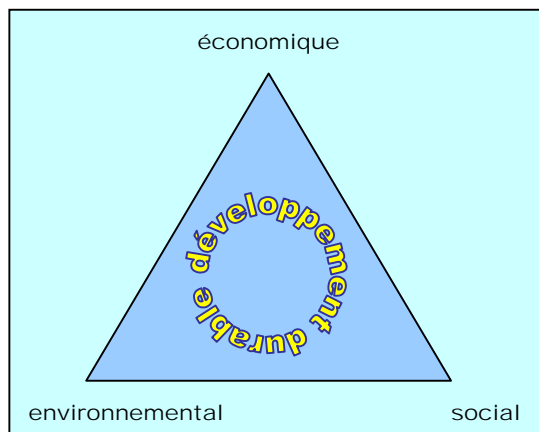
Le développement d'un tourisme durable basé sur la richesse du patrimoine naturel et culturel est l'une des approches qui permettrait à l'Europe de relever ces nouveaux défis, et de tirer profit de l'évolution des préférences du marché. La diversité de ses paysages, de ses climats, de ses cultures, de ses traditions et de ses langues, en font, en effet, une plate-forme privilégiée pour ces formes de tourisme plus pointues et de plus en plus recherchées.

Ce potentiel a été mis en évidence par le Groupe de Haut Niveau sur le Tourisme et l'Emploi en 1998: '*... l'une des contraintes qui empêchent les entreprises européennes du secteur du tourisme de profiter de ces perspectives de marché favorables est une appréciation insuffisante de la richesse et de la diversité des centres d'intérêts existant en Europe, qui pourraient être à l'origine de destinations et de produits touristiques nouveaux et originaux*'.

## 1.2 But de la présente publication

Notre publication envisage les diverses possibilités et difficultés de développer, en Europe, un tourisme basé sur le patrimoine naturel et culturel de destinations non traditionnelles. Elle concerne, dès lors, le tourisme de loisirs plutôt que les déplacements professionnels, et les régions rurales plutôt que les villes ou les lieux de villégiature déjà très fréquentés sur le littoral ou en montagne.

Le document comprend trois parties. Les chapitres 1 à 5 se penchent sur les aspects à prendre en considération lors du développement d'un tourisme basé sur le patrimoine naturel et culturel. Les chapitres 6 à 9 proposent des orientations quant à la manière de créer ce type de produit dans une perspective de durabilité. Les annexes présentent, pour leur part, cinq études de cas illustrant cette démarche au travers des réalisations de diverses destinations touristiques européennes.



Le caractère extrêmement compétitif du secteur fait que ceux qui exercent, ou qui souhaitent exercer, leurs activités dans le domaine du tourisme alternatif doivent avoir une connaissance approfondie de son mode de fonctionnement (les principes de l'offre et de la demande, notamment), de son interaction avec d'autres secteurs et de son impact éventuel sur l'environnement local. Seule cette maîtrise leur permettra de créer un produit qui résiste à l'épreuve du temps et qui intègre les trois piliers - économique, environnemental et social

- de la durabilité.

Notre publication s'adresse donc à tous ceux qui s'intéressent ou participent à cette forme de tourisme, qu'il s'agisse de PME, de groupes d'intérêts spécialisés, d'administrations de sites, d'ONG, d'autorités locales et régionales, ou de professionnels du tourisme. Nous ne prétendons pas avoir fait ici l'analyse exhaustive d'un domaine très complexe et en constante mutation; mais nous espérons avoir

donné un aperçu utile des aspects particuliers du développement touristique basé sur le patrimoine culturel et naturel.

Sur un marché aussi compétitif, rien ne vaut une bonne préparation!