

1 FILIÈRE MATURE

TOURISME



Périmètre	<p>Levier d'attractivité économique, la Filière Tourisme nationale compte 1, 13 millions de salariés pour un chiffre d'affaires de 172 milliards d'euros. En Nouvelle-Aquitaine, le Tourisme représente 9% du PIB régional avec 18 milliards d'euros et près de 140 000 emplois</p> <p>Par sa diversité de paysages, ses terroirs de qualité et ses équipements touristiques d'envergure, la Nouvelle-Aquitaine se positionne comme la 1^{re} région française en nombre de nuitées de touristes français, malgré un secteur fortement concurrentiel</p> <p>La filière du tourisme se caractérise par une offre d'hébergements et d'activités présentes sur l'ensemble du territoire, par de nouveaux usages et consommations pour répondre aux nouvelles attentes des clients, et par des aménagements publics participant à la structuration équilibrée du territoire</p> <p>Thématiques associées : hébergement, saisonniers, patrimoines culturel et naturel, thermalisme, innovation, transformation numérique, tourisme social et solidaire, aménagement du littoral et de la montagne, itinérances cyclable et fluviale, tourisme de savoir-faire, agri/œnotourisme, tourisme d'affaires</p>		
Feuille de route régionale	<p>Néo Terra</p> <p>Présence de la Filière Tourisme dans le SRDEII 2016</p> <p>Schéma Régional de Développement Touristique et des Loisirs en 2018</p> <p>Schéma Régional des Véloroutes 2021-2030</p> <p>Schéma Régional d'Aménagement et de Développement Durable et d'Égalité des Territoires (dont Schéma de Mobilités)</p> <p>Contrat de Plan Régional de Développement de la Formation et Orientation Professionnelle</p> <p>Feuille de route « Tourisme Durable » en cours d'élaboration (prévision de vote fin 2022)</p>	Liens avec les politiques nationales et européennes	Union européenne : Parcours de transition pour le tourisme Etat : Plan de reconquête du Tourisme « Destination France » 2021 Loi Montagne Loi Littoral Schéma national des Véloroutes

Données-clés	Estimation du nombre d'entreprises
	20 000 entreprises dont une majorité de TPE
	Estimation du nombre d'emplois
	1 40 000 emplois salariés (5% emplois régionaux)
	Zones géographiques concernées
	Nouvelle-Aquitaine (surreprésentation d'entreprises sur le littoral)
	Secteurs liés, en amont ou en aval
	Amont : transports, numérique, ESS, BTP, environnement, emploi-formation, agriculture Aval : culture, sport, commerce, service à la population, évènementiel
	Représentants du secteur
	Commissariat de Massif, Office National des Forêts, Conservatoire du Littoral, Voies Navigables de France, Agence des Pyrénées ADEME, AFNOR, UMIHNA (Union des Métiers et de l'Industrie Hôtelière), UNAT (Union Nationale des Associations de Tourisme), ARGAT (Association Régionale des Grands Acteurs du Tourisme), NAHPA (Nouvelle-Aquitaine Hôtellerie de Plein Air), Union Métiers de l'Évènementiel en Nouvelle-Aquitaine (UMENA), Chambres consulaires, Comité Régional du Tourisme, Mission des Offices de Tourisme de Nouvelle-Aquitaine (MONA), Maison Nouvelle-Aquitaine, ADI-NA, Tourisme Lab Nouvelle-Aquitaine, technopoles, GIP Littoral, Offices de Tourisme, Parcs Naturels Régionaux, Grands Sites...
FFOM	Forces
	Une offre touristique compétitive et diversifiée en matière d'espaces (montagne, mer, campagne, ville) et de typologie Mobilisation des acteurs institutionnels et des têtes de réseaux et filières ; Des marques de destinations touristiques de renommée nationale et mondiale (7 contrats de destination) Entreprises engagées dans des démarches nationales de qualité (environnement, accessibilité...) Répartition de l'activité sur l'ensemble du territoire régional avec des emplois non délocalisables
	Faiblesses
	Répartition hétérogène des flux et de la consommation touristique entre littoral/urbain et rétro-littoral/intérieur Besoin de montée en qualité de l'offre pour répondre aux attentes des clients et intégrant une démarche eco-responsable Multiplicité des entreprises et activités avec des besoins d'accompagnements différenciés Vieillesse des chefs d'entreprise avec un enjeu de reprise-transmission pour maintenir la capacité d'hébergement Manque de maturité digitale permettant une visibilité de l'offre efficiente et un pilotage de l'entreprise
	Opportunités
	Une augmentation des séjours en proximité : accroissement du tourisme intérieur suite aux crises Des tendances de consommations comme levier de développement de l'activité (tourisme durable, slow tourisme...) amenant un repositionnement de l'offre touristique Des accompagnements publics conjoints à la relance du tourisme Valorisation des acteurs engagés dans une démarche de tourisme durable par une promotion/communication réalisée par le CRT, effet d'entraînement

FFOM (suite)	Menaces Un marché concurrentiel Contexte national et international (périodes de crises) ayant un impact sur la filière : fragilisation du secteur, des investissements limités Amoindrissement du pouvoir d'achat des clients Impacts du changement climatique (sécheresse, hausse des températures, érosion du littoral...) sur les activités touristiques leur attractivité et leur pérennité Tension sur les recrutements et principalement sur les saisonniers dans les secteurs de la restauration et de l'hébergement Forte dépendance des agences de voyages en ligne (OTA) pour la commercialisation en ligne Concurrence des autres régions, notamment voisines Possibles impacts dans les espaces sur-fréquentés et dans les espaces fragiles : environnement, difficultés d'acceptation par les populations locales, conflits d'usages
Principaux enjeux	Faire de la Nouvelle-Aquitaine la première destination de tourisme durable en France à l'horizon 2030 : <ul style="list-style-type: none"> • Développer un tourisme résilient et soutenable par des aménagements atténuant et anticipant des conséquences du changement climatique notamment sur les espaces de montagne et littoraux • Adopter une feuille de route « tourisme durable » qui incitera et soutiendra les démarches d'éco-responsabilité des entreprises et des territoires • Faire des atouts de la Nouvelle-Aquitaine, une opportunité pour les destinations rurales avec une meilleure répartition des flux entre littoral et intérieur • Maintenir et enrichir l'attractivité des destinations et des territoires : offre de qualité, diversifiée, nouveaux modèles économiques, choix de la destination NA pour les clientèles • Sécuriser et rendre attractifs les emplois permanents et saisonniers du tourisme : formations, attractivité des métiers, adaptation des postes et qualité de vie au travail
Objectifs stratégiques	Contribuer à un aménagement et un développement équilibré des territoires prenant en compte les enjeux de mobilité accompagner la professionnalisation de l'accueil touristique et la répartition des flux Structurer la filière tourisme en accompagnant les dynamiques collectives et la performance économique des entreprises, notamment par des contrats de transition Favoriser l'innovation et l'expérimentation de solutions (services, produits, organisations, usages, numériques...) répondant aux enjeux de transition et de développement touristique durable Encourager les initiatives de transitions portées en interfilières Favoriser l'accès au plus grand nombre de néo-aquitains aux temps de vacances et de loisirs de proximité Renforcer l'attractivité de la Nouvelle-Aquitaine (et de ses 14 destinations touristiques) par une promotion ciblée et une stratégie partenariale de communication Développer l'observation touristique, la veille et la prospective Inscrire le tourisme dans les stratégies foncières régionales et locales pour limiter la spéculation foncière, l'artificialisation des sols et anticiper les risques environnementaux (recul du trait de côte, submersion...) Encourager les collaborations et la transversalité entre acteurs institutionnels, socio-professionnels du tourisme, universités, collectivités et start-up pour fluidifier le parcours client et adapter l'offre