



SYNTHÈSE

« Construire un secteur du tourisme résilient à l'ère de la COVID 19: défis et opportunités en Méditerranée »

- Date et heure : 28 Septembre de 2020, 11.00 à 13.00
- Webinaire organisé à l'occasion de la Journée Mondiale du Tourisme des Nations Unies
- 204 personnes se sont inscrites en ligne et jusqu'à 120 ont été connectées simultanément

11.00 Mots de bienvenue et présentation du webinaire par M. Vincent Ernoux, coordonnateur de l'Antenne IEV CTF MED pour la Méditerranée occidentale

M. Ernoux - qui a également modéré l'événement - souhaite la bienvenue aux participants, présente le webinaire et présente quelques données et chiffres sur la situation actuelle de l'industrie du tourisme

11.05 Soutien de l'UE pour redémarrer le secteur du tourisme dans le cadre de la Politique Européenne de Cohésion, M. Laurent de Mercey et Mme Joanna Mouliou, DG REGIO, Commission Européenne

Les représentants de la Commission européenne ont fait une présentation intitulée « Soutien de la Politique de Cohésion au secteur du tourisme dans une perspective à court et moyen terme ». La présentation incluait les principales allocations budgétaires pour le secteur du tourisme dans le cadre d'Interreg et du reste de la Politique de Cohésion.

11.20 Situation actuelle de l'industrie du tourisme Méditerranéen et moyens potentiels pour redémarrer, Mme Alicia Fajardo, Directrice et fondatrice de « Better Tourism Foundation » et co-fondatrice de la plateforme <https://www.turismoreset.org/>

Mme Fajardo a centré son intervention sur les principaux défis du secteur du tourisme et la nécessité de créer une réponse commune. Elle a également présenté sa plateforme #TurismoReset à laquelle tous les acteurs de l'industrie du tourisme sont invités à se joindre.

11.35 La contribution du Programme IEV CTF Med au développement du tourisme durable, M. Fabrizio Paloni, coordinateur du Secrétariat Technique Conjoint (STC) IEV CTF Med

Le coordonnateur du STC a fait une courte présentation expliquant la contribution globale du Programme IEV CTF Med au tourisme à travers les 4 projets financés, introduisant leurs chiffres globaux.

11.45 Approche sur les projets IEV CTF Med : portée, bonnes pratiques et opportunités. Les 4 projets sont présentés et ensuite une discussion est ouverte autour du thème « Remettre le tourisme sur les rails en Méditerranée »

Veillez trouver ci-dessous les participants et une sélection de leurs commentaires :

MED GAIMS - M. Daniel Asmar, Université américaine de Beyrouth

« Nous voulons prouver que ce type de tourisme (*gamification* - ludification) a du potentiel. Nous voulons que ce message parvienne également aux autorités locales ».



Le Hackathon est ouvert pour la Jordanie et le Liban jusqu'à la fin octobre 2020.

Med Pearls - Mme Sofia Pla Oset, Office du Tourisme de Catalogne

Focus sur le *slow tourism*. Mme Pla souligne l'importance d'échanger des impressions avec les territoires locaux. Le projet vient de publier une étude sur le *slow tourism* ouverte à tous les publics intéressés, disponible en téléchargement sur le site web du projet. Le projet prévoit de lancer des subventions en cascade en deux phases: la première adressée aux agences de voyages et la seconde aux voyageurs.

MEDUSA – Mme Lina Al Khaled, Association jordanienne des tours opérateurs

Pour le secteur privé, l'apparition de la pandémie a changé les perceptions. Au lieu d'affronter la situation en mode de survie, les entreprises y voient un moyen de repenser le modèle. Par exemple, le concept de tourisme d'aventure est en expansion, il n'inclut pas seulement les sports extrêmes mais tout type d'activités de plein air.

Les partenaires du projet ont dressé une liste des parties prenantes qui permettront d'atteindre les objectifs d'engagement. Le projet se concentre sur les zones non touristiques pour créer de nouveaux produits et mettre en place des alliances marketing entre les pays participants.

Le projet prévoit de fournir des subventions en cascade dans 7 pays. Ces subventions seront lancées en février 2021, principalement axées sur le marketing.

CROSSDEV - Mme Emanuela Panke, experte en tourisme auprès du CISP et Mme Enas Odeh Batha, bénéficiaire d'une subvention en cascade CROSSDEV en Palestine

Le projet a présenté un bénéficiaire de subvention en cascade du village de Battir en Palestine, comme exemple de réussite d'un prestataire de services touristiques : un guide local pour promouvoir l'artisanat, valorisant le paysage dans le cadre du sentier de Beit Mersim à Battir.

Emanuela Panke, répondant à une question concernant le secteur du vin et de la gastronomie dans le tourisme : « Nous devons penser ces secteurs comme faisant partie d'un ensemble et non comme une activité principale. Il ne s'agit pas seulement de dégustation de vins, il peut s'agir d'une activité dans le cadre d'un forfait pouvant inclure des activités d'aventure ou la visite d'un site archéologique »

Questions posées aux participants lors des discussions :

A quels types d'ajustements ont fait face les projets par rapport à la pandémie de la COVID-19:

- Med Pearls: la Covid-19 a renforcé la tendance du *slow tourism*. Les partenaires du projet sont conscients que cette tendance s'est renforcée en raison de la pandémie.
- Med GAIMS : certaines opportunités découlent de cette situation, par exemple, la recherche d'outils numériques pour promouvoir les sites touristiques. Ainsi, les touristes peuvent vivre des expériences touristiques sans voyager.



- MEDUSA : le secteur privé doit mettre en place un mode de survie plus durable. Nécessité d'augmenter la présence des PPP et d'utiliser des outils marketing pour tester les emplois touristiques, en exploitant les outils TIC pour connecter les gens du monde entier sans voyager.
- CROSSDEV : il existe des produits touristiques qui ne sont pas pleinement exploités.

Diversification du tourisme: a-t-elle plus de valeur aujourd'hui ?

- CROSSDEV : les projets recherchent une vision commune afin de proposer une collection de produits similaires sans générer, entre eux, de la concurrence, mais bien de la coopération.
- MEDUSA : le concept de tourisme durable est une sorte de diversification en soi. Le défi est de prouver comment le tourisme peut réussir dans ce contexte. Le potentiel existe pour créer une économie plus grande.
- Med Pearls: il faut penser à passer du tourisme de masse au tourisme plus spécialisé. Les sites culturels ne peuvent plus être surpeuplés.

Quelques autres commentaires sur le chat de l'évènement :

- Josep Capella a cité Nicolas Dubreuil: « Nous devons apprendre à voyager moins pour voyager mieux »
- Annalisa Marocchi - CISP : « Le tourisme durable n'est pas l'objectif, mais l'outil pour le développement socio-économique »
- Francisco Benitez - Ministère du Tourisme d'Andalousie: « Certains penseurs et institutions plaident en faveur de ce qu'on appelle un processus de décroissance en soulignant le fait que nous ne pouvons pas nous permettre le niveau actuel de consommation »

RÉSULTATS DU SONDAGE

1. Selon vous, de quel niveau institutionnel devrait venir la réponse aux défis du COVID-19 dans le tourisme?

A. National	12 (22,2%)
B. Régional	16 (29,6%)
C. Union européenne	15 (27,8%)
D. Global	11 (20,4%)
E. Autre	0 (0%)

2. Quels sujets pensez-vous que les projets de coopération sur le tourisme devraient aborder au cours de la période de programmation 2021-2027?

A. Diversification	20 (20,6%)
B. Des-saisonnalité	9 (9,3%)



C. Durabilité	28 (28,9)
D. Compétitivité des MPME	8 (8,2%)
E. Gouvernance	6 (6,2%)
F. Formation et renforcement des capacités	13 (13,4%)
G. Innovation	13 (13,4%)

3. Pourriez- vous définir en quelques mots quelle est la valeur ajoutée des projets de coopération entre régions méditerranéennes en matière de tourisme par rapport aux projets nationaux ou régionaux ? (Certaines réponses redondantes ont été fusionnées)

- Partage d'expertise, ne pas réinventer la roue et vivre dans la nouvelle normalité.
- Ils ont une dimension plus grande
- Tout ce qui va au-delà du local / régional est meilleur car nous vivons dans un monde interconnecté. Nous devons apprendre à connaître d'autres pays, cultures, etc.
- L'échange de bonnes pratiques et avec cela le flux de créativité
- La fertilisation croisée est importante pour la capacité de construction et la mise en place efficace des projets.
- L'augmentation de la compétitivité du tourisme
- Plus de visibilité, possibilité de trouver de nouvelles solutions aux problèmes courants grâce au partage de bonnes pratiques
- Ouverture d'esprit / capacités / organisation pour une demande plus large et plus diversifiée
- Gagner du temps et des énergies, créer des synergies entre les pays et les projets
- Réduire les différences économiques et renforcer la coopération, ce qui permettra d'améliorer les économies nationales et les communautés dans les pays méditerranéens du Sud. En quelque sorte, cela pourrait aider à y éviter le chômage.
- Élever les normes et les attentes des opérateurs. Augmenter la probabilité pour les opérateurs d'investir dans la durabilité parce qu'ils savent que les autres le font aussi et que le touriste s'y attend (plutôt que de baisser les prix et de rivaliser de manière non durable, juste pour survivre).
- Fixer des objectifs environnementaux communs réels
- Climat, caractère, gastronomie, connectivité
- Transfert de connaissances, réseau, la promotion, l'apprentissage, la coopération
- Le tourisme est d'abord une opportunité de fédérer, de créer des ponts, de promouvoir les identités et les différences des territoires. En rendant cette opportunité réelle entre les régions méditerranéennes, nous pouvons favoriser l'industrie du tourisme et répondre aux besoins et à la satisfaction des touristes
- Des synergies avantageuses entre les différents programmes, initiatives et projets dans la région Méditerranée
- La coopération se traduira par des programmes durables attirant tous les segments d'âge et offrant une diversification intéressante entre l'aventure moderne et le patrimoine dans le temps jusqu'à la route phénicienne, berceau de la civilisation et la naissance des religions Judaïsme, Christianisme & Islam où tout se mêle à une mosaïque étonnante que l'argent ne peut jamais acheter. La coopération apporte la MEILLEURE EXPÉRIENCE que L'ARGENT PUISSE ACHETER
- Différentes perspectives et valeur ajoutée de la coopération



4. Selon vous, quels sujets concernant le tourisme devraient devenir une priorité dans les prochains programmes de l'UE ? (certaines réponses redondantes ont été fusionnées)

- Durabilité et tourisme de proximité
- Tourisme culturel, écotourisme
- Le transport est très important en matière de durabilité
- Application du Green Deal au tourisme. Rendre l'industrie du tourisme plus verte
- La gamification permettra de démarrer le tourisme de chez soi. La narration et l'animation pourraient démarrer dès la phase de préparation du voyage.
- Tourisme en période de crise
- Patrimoine culturel matériel et immatériel
- Slow tourism, tourisme vert, visites virtuelles
- Transition énergétique, tourisme actif
- Les technologies numériques dans le patrimoine culturel
- Renforcer la capacité des communautés rurales à mieux se connecter avec les villes grâce à de bonnes infrastructures
- Utilisation des technologies, création d'expériences
- Questions liées à l'emploi et à l'environnement
- Durabilité, créer des emplois, la diversification, en réduisant l'impact sur les communautés d'accueil
- Renforcement des capacités, mise en œuvre des normes
- Tourisme communautaire, protection de l'environnement, la promotion du patrimoine culturel, la création d'emplois, favorisant les PME
- Préservation du patrimoine culturel et naturel à travers le tourisme
- La culture, l'écologie, la durabilité, la formation
- Les subventions en cascade et la promotion des activités, améliorant le tourisme local
- Qu'il soit respectueux de l'environnement et de la culture

5. Comment pensez-vous que le secteur du tourisme devrait innover dans les années à venir ? (Certaines réponses redondantes ont été fusionnées)

- Niches de valeur
- Plus de tourisme virtuel, innovation dans les endroits clés comme le streaming en direct
- Améliorer le transport
- Éduquer les clients sur la durabilité tout en créant des entreprises
- Toucher un public plus jeune.
- L'innovation devrait se faire sur la réduction des coûts (énergie et eau)
- Mettre l'accent sur la durabilité, les systèmes locaux, améliorer les capacités des opérateurs, créer des liens avec les communautés
- Tourisme d'aventure
- S'orienter vers l'écotourisme et le développement durable
- Réalité augmentée, des visites virtuelles et activités en extérieur
- Sortir des sentiers battus, essayer d'agir plus régionalement, faire la promotion de l'Europe auprès des touristes européens et essayer de réduire les vols intercontinentaux



- Le secteur a besoin de combiner les traditions, la durabilité et les nouvelles technologies pour que les gens puissent vivre l'histoire, la culture et la tradition alimentaire des pays méditerranéens
- Usage des technologies, création d'expériences
- Mettre l'accent sur le développement du tourisme local et interne
- Moins de plastique, plus de digitalisation et juste interdire l'utilisation de plastique en général, car cela est urgent
- Destinations Intelligentes de tourisme durable
- Solutions collectives
- Diversifications basées sur la saisonnalité, innovation en communication
- Processus de Open Data et blockchain
- Développer des aspects similaires pour des plateformes de diversification pour les excursions, tourisme d'aventure et voyages journaliers
- Application du modèle des plateformes Airbnb au tourisme d'aventure
- L'innovation est un must pour l'industrie hôtelière» ... éviter les files d'attente, le remplissage de formulaires, informer largement sur les heures de pointe pour que les visiteurs puissent les éviter...
- Nouvelles routes, l'expérience, la qualité
- Réseautage et établissement de liens entre les pays en identifiant une identité commune