



ENTREPRISES

Vacances vertes et « slow tourisme » : la revanche des campagnes

Si le littoral reste très prisé des Français, l'envolée des réservations pour les vacances de printemps et d'été confirme le succès des campagnes et de la montagne françaises.

Quelles seront les vacances « d'après » ? La pandémie paraît avoir amplifié l'attrait des touristes pour les territoires ruraux, et promu aussi le « slow tourisme », ces vacances au cours desquelles « on prend le temps ». Si l'envolée des réservations récemment observée pour les vacances de printemps et d'été montre que le littoral reste très prisé des Français, les opérateurs touristiques constatent le succès croissant des campagnes et de la montagne françaises.

Chez Club Med, les Alpes sont plébiscitées. A ce stade, l'opérateur a engrangé plus d'un quart de ses réservations pour l'été avec ses sites de montagne. Chez Gîtes de France, on observe même « un afflux de vacanciers sur des zones encore plus rurales et un peu moins

spots touristiques ». Sa directrice générale, Solange Escure, mentionne des hausses des réservations pouvant « aller jusqu'à 5 à 10 points » pour des régions telles l'Auvergne et le Limousin.

Lot, Aveyron et Jura

Très touristique, la Dordogne reste par ailleurs très demandée, ce que confirment notamment la centrale de location PAP Vacances et le groupement d'hôteliers-restaurateurs indépendants Logis Hôtels. Le Lot, l'Aveyron ou encore le Jura sont également recherchés, tout comme, selon PAP Vacances, les départements du couloir rhodanien. « *Le littoral est toujours apprécié des Français, mais les départements verts de l'intérieur restent très dynamiques, comme l'année dernière* », corrobore le président de la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air, Nicolas Dayot, avant de mettre en exergue, à son tour, ceux d'Auvergne, le Jura, ainsi que les Vosges.

« *C'est une espèce de revanche des campagnes* », commentait il y a quelques jours Emmanuel Marill,



Le directeur Europe-Moyen Orient-Afrique d'Airbnb. La plateforme, qui a bâti son succès avec le tourisme urbain, a considérablement développé son maillage de l'Hexagone ces dernières années, étant aujourd'hui implantée dans 29.000 communes.

L'envie d'espace et de nature, de produits de terroir, le vélo et la marche, participent d'une tendance sociétale forte.

« Les Français redécouvrent la France. On sent aussi une envie d'espace », abonde le directeur général de Logis Hôtels, Karim Soleilhavoup, en accueillant comme une « bonne nouvelle » l'appétence des Français pour une « hôtellerie familiale et à taille humaine ». « Je craignais que la villa, l'hébergement entre soi, soit le gagnant de la crise sanitaire »,

reconnaît-il. Cette notion d'accueil prime aussi pour son homologue de Gîtes de France. « Cela fait partie de notre ADN. Chez nous, le propriétaire est acteur de son environnement. Le tourisme durable, on en fait depuis le début [1955, NDLR] », rappelle à ce propos Solange Escure.

Séjours plus longs

L'un et l'autre notent un allongement de la durée de séjour, comme si les Français voulaient « se poser ». Une tendance remarquée également par Pierre & Vacances : en haute saison estivale, la part des séjours d'au moins une semaine atteint cette année 44 %, « en hausse de 3 points par rapport à une année hors Covid », précise le numéro un des résidences de tourisme.

Cette poussée du « tourisme vert » et du « slow tourisme » tient aussi à l'envie de produits de terroir, au développement d'activités comme la randonnée ou le vélo, ce dernier étant devenu plus grand public avec l'arrivée des deux roues électriques. — C. P.