

Mesures visant à promouvoir le **Tourisme** **Domestique après le** **COVID-19** dans le monde



Bulletin Spécial

**Semaine Virtuelle du
Tourisme pour Tous,
Durable et Solidaire**

Jun 2020



isto

Un tourisme pour tous
durable et solidaire

 isto.international

PRESENTATION



ISTO, avec ses membres, a préparé la première Semaine Internationale du Tourisme pour Tous, Durable et Solidaire. Toutefois, les plans ont dû être adaptés pour faire face aux restrictions imposées en raison de la pandémie de COVID-19. Ainsi, la **Semaine Virtuelle du Tourisme pour Tous, Durable et Solidaire** vous est présentée sous forme numérique.

Comment le tourisme va-t-il se rétablir ? Il est entendu que, de manière générale, l'une des premières étapes sera la reprise du **tourisme domestique**. Des facteurs tels que la sécurité, le revenu disponible et les restrictions de voyage feront du tourisme domestique un acteur important dans la phase de reprise. Dans le cadre de la Semaine Virtuelle, nous avons recueilli des informations entre la mi-avril et la mi-mai afin **d'identifier les différentes mesures prises par certains gouvernements** pour soutenir l'industrie sur son marché national.

Ce bulletin s'ajoute aux **webinaires, textes et vidéos** créés par ISTO et ses membres. Il **vis** **à informer** sur les mesures prises en faveur du tourisme domestique, mais aussi à **motiver plus d'actions** comme celles-ci à travers le monde.

Ce panorama international vous présente des mesures prises en **Afrique, en Asie, en Europe, en Amérique Latine et en Océanie**. Elles sont principalement axées sur des **campagnes de communication** destinées aux touristes nationaux, mais nous devons également mettre en évidence des initiatives qui vont plus loin. Certains pays, comme la République tchèque, l'Islande et l'Italie, pour n'en citer que quelques-uns, souhaitent développer des formules de **chèques vacances** pour leurs citoyens.

Si nous voulons tous que le secteur du tourisme se rétablisse bientôt, nous pensons également que le moment est venu de réfléchir davantage à la **manière dont nous voulons développer ce tourisme**. Dans cette ligne, le Comité Exécutif d'ISTO invite tous les acteurs du tourisme à **adopter d'un tourisme raisonné**. Nous vous invitons à lire le **texte ici**, et à participer à cette initiative.



*[...] il nous faut **repenser le tourisme** et le réinscrire dans une vision sociétale bien plus large ! Il nous faut réhabiliter cette notion essentielle qui est celle des "vacances". Celle qui privilégie le **bien-être** de chacun, qui recherche la **durabilité** dans ses investissements, qui respecte **l'environnement** et les **territoires**, qui favorise la **rencontre entre les accueillants et les accueillis**, qui s'attache à une répartition **juste et équitable** de l'essor économique et qui favorise **l'emploi local**.*

En résumé, il nous faut maîtriser et imaginer le tourisme de demain, pour qu'il devienne "raisonné"

- Comité Exécutif d'ISTO

AUSTRALIE



Sidney, Australie

L'Australie, fortement touchée par les feux de brousse, avait mis en place un fonds destiné à la relance de l'industrie du tourisme. Aujourd'hui, à cause du COVID-19, le **fonds a été renforcé et élargi** pour atteindre ceux qui sont touchés par les mesures prises pour faire face à la pandémie de coronavirus.

Le dispositif "Rebuilding of Australia's Tourism", comprend 20 millions de dollars australiens pour la campagne "**Holiday Here This Year**" (Vacances Ici Cette Année).



BELGIQUE

La région flamande de Belgique a pris le relais pour soutenir le secteur du tourisme et sa relance face aux conséquences que le COVID-19 aura sur l'industrie.

Ainsi, un **budget de 5 millions d'euros** a été alloué à des projets concernant **le tourisme des jeunes et le tourisme social**. Visit Flanders a déclaré qu'au début, l'accent sera mis sur les petits projets et organisations sociales.



Gand, Belgique



CHINE



Beijing, Chine

Afin de faire face aux effets de la crise sanitaire sur le tourisme, la Chine a élaboré des **lignes directrices pour stimuler le marché domestique**.

L'une des **stratégies de communication** se traduit par l'exposition de programmes en ligne sur les réseaux sociaux tels que Facebook, Youtube, TikTok et Instagram par les centres culturels chinois. Ces programmes montrent **les paysages sélectionnés** que le pays a à offrir à ses habitants.

CORÉE DU SUD



Séoul, Corée du Sud

La Corée du Sud souhaite également que l'industrie du tourisme soit relancée. Pour ce faire, des mesures visant à stimuler le tourisme domestique seront les premières à être prises. On peut souligner que le gouvernement émettra des **coupons de réduction**, qui pourront être utilisés par ses citoyens pour acheter des billets pour des **événements culturels** et qui pourront également être utilisés pour les **dépenses touristiques**.



COSTA RICA

Le Costa Rica, connu dans le monde entier pour la richesse et la beauté de ses ressources naturelles, prévoit la relance de son secteur touristique. Les mesures visent à **motiver les touristes nationaux à visiter leur pays**, ainsi qu'à attirer le marché international à l'avenir.

Pour promouvoir le tourisme domestique, l'Institut du Tourisme du Costa Rica (ICT, en raison de son nom en espagnol) mettra en place des **tirages au sort et des prix qui permettront de réduire les prix des services touristiques**. Grâce à ces actions, les Costaricains seront davantage attirés par les voyages dans leur pays.



Parc National du Volcan
Tenorio, Costa Rica

CROATIE



Split, Croatie

Avant la crise sanitaire, la Croatie avait déjà prévu de promouvoir le tourisme domestique. Cette année, la campagne a été **"Une Semaine de Repos" et la carte de réduction Cro**. Toutefois, afin de s'adapter à la situation actuelle, le ministre croate du tourisme a déclaré qu'il essaierait d'autoriser l'utilisation de la carte croate dans les restaurants, comme prévu initialement, et par le biais d'autres services touristiques afin de **stimuler les dépenses du tourisme domestique**.

Plus encore, le ministre a mentionné que les prix, en particulier dans les logements privés, seront plus bas cette année. Cela permettra certainement aux Croates de voyager dans leur propre pays.

ESPAGNE

L'Espagne a été durement touchée par le COVID-19, avec des conséquences négatives pour l'industrie du tourisme. De nombreux acteurs réfléchissent déjà aux mesures nécessaires pour relancer leurs activités.

Par exemple, un plan de réactivation pour la **province de Málaga** a été conçu. L'une des actions envisage l'allocation **d'un million d'euros** pour mettre en place une **campagne de marketing** ciblée sur le marché national.



Málaga, Espagne

FRANCE



Dijon, France

La France se prépare à réinventer son tourisme pendant l'été. **Le tourisme social occupera une place de choix** : le fonds de soutien aux investissements dans les organisations de tourisme social **a été doublé pour atteindre 150 millions d'euros**.

La crise du COVID-19 est également considérée comme une opportunité d'élargir les services offerts aux enfants et aux jeunes, même en tenant compte des éventuelles restrictions de circulation. Les services inclus sont les **microséjours** (2-3 jours), les **écoles ouvertes** et les **accueils de loisirs** et les **colonies de vacances**.

GUATEMALA



Antigua, Guatemala

La stratégie du Guatemala pour relancer son industrie touristique sur le marché domestique est axée sur les **prix et le marketing**. L'autorité nationale du tourisme, l'Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat), vise à soutenir l'industrie en développant une **stratégie marketing** ciblée sur les guatémaltèques ; tandis que les entreprises elles-mêmes doivent se concentrer sur des prix adaptés à ces marchés cibles.

La **campagne de relance** devrait être lancée d'ici le 15 juillet.

ISLANDE

Ils ont annoncé que l'Islande prendra trois mesures comme premières étapes pour relancer ses activités touristiques. Parmi elles, deux concernent le tourisme domestique.

Premièrement, une **campagne de marketing** sera ciblée sur les Islandais pour les inviter à voyager dans leur pays, ainsi que pour promouvoir l'arrivée de visiteurs internationaux. Deuxièmement, des **chèques vacances d'une valeur de 1,5 milliard d'ISK** seront émis pour les résidents islandais âgés de 18 ans ou plus. Ces chèques ne pourront être dépensés qu'en Islande.



Jökulsárlón, Islande

ITALIE



Florence, Italie

L'Italie travaille sur un système de **chèques vacances** qui permettra aux familles de payer les services et produits touristiques dans le pays. Le projet de cette action indique que les chèques seraient délivrés aux familles dont l'IESE (Indicateur Equivalent de Situation Economique) est inférieur à 35 000 euros.

La **valeur des chèques varie en fonction de la taille de la famille**. Pour les célibataires, il est de 150 euros ; pour les familles de deux personnes, il est de 300 euros ; et pour les familles plus nombreuses, il atteint 500 euros. Ces chèques peuvent être utilisés entre le 1er juillet et le 31 décembre 2020.

MAROC



Chefchaouen, Maroc

Une **campagne télévisée** en deux phases, liée au tourisme, est menée au Maroc par l'Office National Marocain du Tourisme (ONMT).

Le nom de cette campagne est **#3lamantla9aw (Jusqu'à ce que nous nous rencontrions)** et dans sa première phase vise à accompagner les Marocains pendant le confinement et à leur rappeler les beautés de leur pays. Après le confinement, la campagne les **incitera à voyager à travers le Maroc**.



MEXIQUE

Le Mexique a lancé une **campagne de marketing** visant à motiver ses citoyens à voyager dans leur pays. La campagne **"Pensez au Mexique, restez chez vous, à bientôt"** présente les 32 États mexicains et leurs beautés, qui seront mis en valeur sur les sites web des destinations ainsi que sur [Visit Mexico](#).



Guadalajara, Mexique



PÉROU



Machu Picchu, Peru

Le gouvernement du Pérou a répondu à la crise du COVID-19 en se concentrant sur des mesures qui profitent au marché intérieur pour relancer l'industrie du tourisme.

Le pays a notamment annoncé **l'accès gratuit** aux sites archéologiques et historiques, aux musées et aux espaces naturels pour **les fonctionnaires, les enfants, les jeunes et les personnes âgées**. Ainsi, du 1er juillet au 31 décembre, les bénéficiaires de cette mesure pourront visiter **55 sites culturels et 22 ressources naturelles**, dont le Machu Picchu et le Chemin Inca.

POLOGNE



Cracovie, Pologne

Le gouvernement polonais travaille pour rétablir la normalité de son industrie du tourisme. **Sept millions de travailleurs polonais** qui gagnent moins que le revenu moyen recevront **un bon d'environ 220 €** (1 000 zlotys).

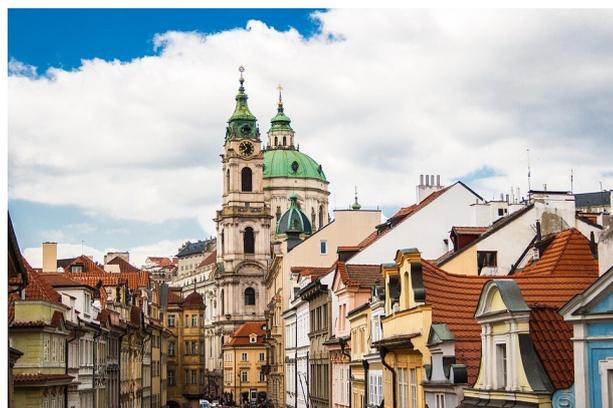
Les bons sont **financés à 90 % par l'État**, tandis que les 10 % restant sont pris en charge par l'employeur. Ils auront une durée de **deux ans** et pourront être utilisés dans les musées, les hôtels, les bateaux, le ski, etc. tant qu'ils se trouvent **sur le territoire national**.



RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

La République tchèque a travaillé dans le cadre du programme **"Vacances en République tchèque"** pour promouvoir le tourisme domestique. Le plan envisage l'émission de **chèques-vacances** destinés aux travailleurs et aux indépendants.

Ces bons pourraient être utilisés dans différents services d'hébergement et leur valeur totale atteindrait **10 000 CZK**.



Prague, République tchèque



THAÏLANDE



Phuket, Thaïlande

Afin de faire face aux défis présentés par le COVID-19 dans le secteur du tourisme, la Thaïlande développe plusieurs projets. L'un d'entre eux comprend un **projet visant à stimuler le tourisme domestique**. Il devrait attirer **davantage de visiteurs**, tout en favorisant des **séjours plus longs**.

Considérant que le tourisme international ne se redressera pas assez vite, la campagne devrait être développée pendant les deux prochaines années.

VIETNAM



Hội An, Vietnam

L'industrie du tourisme au Vietnam prend les mesures qui peuvent garantir aux touristes, et plus particulièrement aux touristes nationaux, une destination sûre.

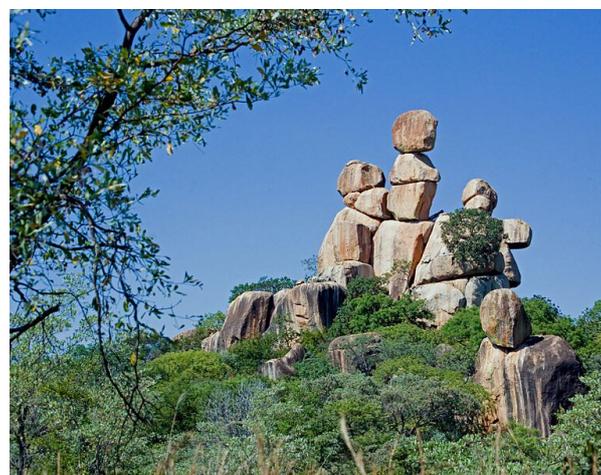
Le Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme est responsable du **développement et de la mise en œuvre d'un plan spécifique qui se concentrera sur le marché intérieur**. Pour ce faire, la coordination avec les acteurs privés est essentielle.



ZIMBABWE

Le gouvernement du Zimbabwe a approuvé le **Programme de Soutien au Secteur du Tourisme** qui prévoit 6 mesures pour aider l'industrie à faire face aux effets du COVID-19.

L'une de ces mesures est une **exonération de la taxe sur la valeur ajoutée** pour les touristes domestiques dans **les hébergements et les services touristiques**. Cette mesure permettra de réduire le coût total des vacances, en les rendant plus accessibles au marché domestique. En même temps, les autorités appellent le secteur privé à analyser ses structures de coûts et à s'adapter à ce marché.



Parc National du Matobo, Zimbabwe

- Costa del Sol, Málaga. (2020, 6 mai). La Diputación apuesta por reactivar el sector turístico de la Costa del Sol con una potente campaña en el mercado nacional y un refuerzo de la imagen de seguridad sanitaria. Costa del Sol, Málaga. https://www.costadelsolmalaga.org/5299/com1_md3_cd-40969/la-diputacion-apuesta-por-reactivar-el-sector-turistico-de-la-costa-del-sol-con-una-potente-campana-en-el-mercado-nacional-y-un-refuerzo-de-la-imagen-de-seguridad-sanitaria
- Couvelaire, L. (2020, 15 mai). Ecoles ouvertes, colonies de vacances: « Nous voulons que le tourisme social ne soit pas balayé par la crise », affirme Gabriel Attal. Le Monde. https://www.lemonde.fr/societe/article/2020/05/14/gabriel-attal-nous-voulons-que-le-tourisme-social-ne-soit-pas-balaye-par-la-crise_6039641_3224.html
- Gobierno de Costa Rica. (2020). ICT anuncia hoja de ruta para recuperación del sector turismo. Presidencia de la República de Costa Rica. <https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2020/05/ict-anuncia-hoja-de-ruta-para-recuperacion-del-sector-turismo/>
- Ismaili, F. (2020, 29 avril). ONMT: une campagne en attendant la reprise. Le 360. <https://fr.le360.ma/economie/onmt-une-campagne-en-attendant-la-reprise-214336>
- Johnston, R. (2020, 20 avril). Czech Republic contemplates 10,000 crown vacation vouchers that companies could write off taxes—Prague, Czech Republic. Expats.Cz. <https://news.expats.cz/czech-tourism/state-contemplates-10000-crown-vacation-vouchers-that-companies-could-write-off-taxes/>
- Lamrani Amine, I. (2020, 29 avril). L'ONMT prépare l'après-crise. Le Matin. <https://lematin.ma/journal/2020/lonmt-prepare-l-crise/336477.html>
- MilanoToday. (2020, 9 mai). Coronavirus, il bonus vacanza sarà così: 500, 300 e 150 euro anticipati dalle imprese. MilanoToday. <http://www.milanotoday.it/attualita/coronavirus/bonus-vacanza-500.html>
- MINCETUR. (2020, 11 mai). Gobierno impulsará reactivación del turismo interno con publicación del DL 1507. Gobierno de Perú. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/152662-gobierno-impulsara-reactivacion-del-turismo-interno-con-publicacion-del-dl-1507>



- Ministry of Environment, Tourism and Hospitality. (2020, 7 mai). Talking notes for the Minister of Environment, Climate, Tourism and Hospitality Industry, on the occasion of the meeting with industry on the tourism stimulus package. Ministry of Environment, Tourism and Hospitality. <http://envirotourism.org.zw/talking-notes-for-the-minister-of-environment-climate-tourism-and-hospitality-industry-on-the-occasion-of-the-meeting-with-industry-on-the-tourism-stimulus-package-07-may-2020/>
- Ministry of Tourism, Republic of Croatia. (2020, 15 avril). Tourist industry counts on domestic tourists once coronavirus measures are relaxed. mint.hr. <https://mint.gov.hr/news-11455/tourist-industry-counts-on-domestic-tourists-once-coronavirus-measures-are-relaxed/21101>
- Nault, A. (2020, 11 mai). Campaign Will Boost Domestic Tourism in Thailand | .TR. Tourism Review. <https://www.tourism-review.com/new-campaign-to-boost-domestic-tourism-in-thailand-news11529>
- Nhân Dân Online. (2020, 5 mai). Measures to gradually recover and develop tourism's growth. Nhân Dân Online. <https://en.nhandan.org.vn/travel/item/8636102-measures-to-gradually-recover-and-develop-tourism's-growth.html>
- OECD. (2020, 15 avril). COVID-19 Tourism Policy Responses. COVID-19 Tourism Policy Responses. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses
- Periódico Viaje. (2020, 15 mai). Visit México lanza campaña para promover los viajes después de Covid-19. Periódico Viaje. <https://periodicoviaje.com/2020/05/15/visit-mexico-lanza-campana-para-promover-los-viajes-despues-de-covid-19/>
- Salvestroine, J. (2020, 19 mai). Coronavirus. Les très nationalistes chèques vacances polonais. Ouest-France.fr. <https://www.ouest-france.fr/europe/pologne/coronavirus-les-tres-nationalistes-cheques-vacances-polonais-6839804>
- Toerisme Vlaanderen. (2020). Concrete steunmaatregelen voor toeristische sector. Toerisme Vlaanderen. <https://www.toerismevlaanderen.be/concrete-steunmaatregelen-voor-toeristische-sector>
- Tzoc, H. Q. (2020, 7 mai). A mediados de julio Inguat iniciará con reactivación del turismo. La Hora. <https://lahora.gt/a-mediados-de-julio-inguat-iniciara-con-reactivacion-del-turismo/>
- UNWTO. (2020, 24 avril). COVID-19 Measures to support travel and tourism. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-and-tourism>



Mesures visant à promouvoir le **Tourisme** **Domestique après le** **COVID-19** dans le monde



isto

Un tourisme pour tous
durable et solidaire

 isto.international

Bulletin Spécial

**Semaine Virtuelle du
Tourisme pour Tous,
Durable et Solidaire**

Jun 2020

Préparé par

Sabrina Urrutia

Stagiaire en Recherche

Supervisé par

Charles E. Bélanger

Directeur d'ISTO