

Sebastian Zenker and Florian Kock,
Copenhagen Business School

La pandémie de Coronavirus, une discussion critique d'un programme de recherche touristique

TOURISM MANAGEMENT

Vol. 81, Décembre 2020, art. 104164

Classement FNEGE catégorie 1



Cousin Camille, camille.cousin.1@etudiant.univ-rennes1.fr
Fisselier Juliette, juliette.fisselier@etudiant.univ-rennes1.fr
Martinière Laure, laure.martiniere@etudiant.univ-rennes1.fr
Rousseau Lucie, lucie.rousseau@etudiant.univ-rennes1.fr



Le tourisme post Covid-19

Focus sur les changements de l'industrie du tourisme

L'APPROCHE

La crise que nous traversons depuis le début de l'année 2020 vient affecter de nombreux secteurs. Le monde s'interroge aujourd'hui sur le devenir de certains loisirs, comme le tourisme, secteur quasiment inactif ces derniers mois. En effet, le Covid-19 affecte d'ores et déjà profondément cette industrie, avec, comme prévisions, 75 millions d'emplois à risques, ainsi que plus de 2.1 billions de \$ de chiffre d'affaires perdu. L'étude porte sur un programme de recherche touristique sur cette pandémie, pour tirer des conclusions sur les différents changements envisageables sur le long terme du côté des voyageurs ainsi que du côté des résidents. Pour cela, plusieurs pistes ont été évoquées, permettant d'y voir plus clair sur cet avenir incertain.

CRISE OU CATASTROPHE?

Avant d'évoquer les changements à venir sur le tourisme, il est important de définir le coronavirus, comme crise ou catastrophe. Une crise est définie comme "perturbation qui affecte physiquement un système dans son ensemble et menace ses hypothèses de base, son sens subjectif de soi, son noyau existentiel". Une catastrophe représente quant à elle "une situation où un l'entreprise est confrontée à un changement catastrophique soudain et imprévisible sur lequel elle a peu de contrôle". La subtilité entre ces deux notions est de savoir d'où vient la cause. En réalité, les études ont montré que le Coronavirus pouvait être à la fois une catastrophe naturelle, mais également une crise, selon les points de vue.

LES CHANGEMENTS

L'image dégagée par une destination impacte le choix final des touristes. Celui-ci dépend évidemment de leurs propres critères de la destination idéale. Toutefois, cette image n'est pas définitive et peut évoluer dans le temps. Une pandémie mondiale telle que le coronavirus peut donc évidemment bouleverser leur notoriété.

Certaines destinations telles que l'Italie, l'Autriche, New York, fortement touché par le Covid-19 ont pu voir leur image d'ores et déjà se dégrader. Les destinations exposées au Covid-19 ne peuvent qu'observer en silence la baisse du tourisme dans leur pays.

De part leur responsabilité vis-à-vis des personnes fragiles et vulnérables face aux risques, leur marge de manœuvre reste très faible. Ces destinations ne peuvent qu'espérer bénéficier d'une attitude charitable des futurs touristes, choisissant précisément des lieux secoués par le coronavirus pour les soutenir économiquement. A travers ces constatations, il semblerait pertinent d'envisager une segmentation plus précise et cibler les personnes en fonction de leur réaction face à la crise.

Ce changement de comportement de la part des touristes, est également observé chez les résidents, depuis le début de la pandémie mondiale de Covid-19.



La menace du virus a considérablement modifié le comportement des touristes et leur façon de voyager pour de nombreuses années.

Le nombre de voyageurs ne cesse de diminuer, ce qui laisse l'industrie du tourisme vide, plonger dans l'incertitude. Certains deviennent plus collectivistes, préférant ainsi choisir des destinations nationales plutôt que internationales pour soutenir leur propre économie. On parle alors d'ethnocentrisme touristique. D'autres souhaitent éviter les destinations jugées trop risquées du fait de la forte concentration de population pour des destinations plus éloignées à l'abri de la foule. On remarque également une xénophobie du tourisme qui vient diminuer le nombre de voyages à l'étranger. Parallèlement, les voyages en groupe se multiplient avec une augmentation de la demande concernant les assurances voyage. D'autre part, les résidents deviennent plus réticents et moins accueillants envers les touristes et sont de moins en moins favorables au développement du tourisme. Cette tendance xénophobe de la part des résidents pourrait créer un sentiment d'appartenance à un groupe, autant pour eux que pour les touristes. La crise sanitaire pourrait alors modifier de façon inconsciente le comportement des touristes et des résidents. Un phénomène à explorer davantage grâce aux futures recherches sur cette industrie.

Enfin, les capacités d'innovations jouent un rôle clé dans la reprise d'activité des entreprises après la crise. La pandémie de coronavirus exige à la fois une forte collaboration avec les systèmes externes, au niveau macroéconomique, et de nouveaux modes de fonctionnement pour les entreprises au niveau microéconomique.

CONCLUSION

A terme, l'industrie du tourisme pourrait être affectée par le changement de comportement des individus, ainsi que dans leur manière de voir les choses. Afin de pérenniser le tourisme, il semble essentiel d'anticiper au maximum le contexte économique et politique futur mondial dans lesquels le tourisme fonctionnera. Un retour à la normalité est-il envisageable? Rien n'est réellement acté. Néanmoins, difficile de nier les conséquences du Covid-19 sur les habitudes et les envies des touristes.