

Avis voté en plénière du 12 décembre 2017

# Tourisme et numérique

## Déclaration du groupe de l'UNSA

Le secteur du tourisme est en première ligne des aspirations et mutations de notre société : des grands voyageurs du XIX rêvant d'un ailleurs de liberté permis par les modes de transports, des bénéficiaires des premiers congés payés de 36 profitant des loisirs estivants, des « transhumances » vers les centres de vacances tout équipés, aux « baroudeurs » en quête d'expériences individuelles. Précurseur de nos désirs contemporains tant de contrôle que « d'aventures authentiques » le tourisme s'est naturellement imprégné des possibilités offertes par le numérique, non sans interroger voire bousculer les modèles économiques de par le poids prépondérant des plateformes numériques et des GAFAM. L'UNSA soutient toutes les propositions allant dans le sens d'une plus grande émancipation vis-à-vis de ces acteurs et d'une régulation plus solide des pratiques (avis internet, fiscalité, propriété données personnelles).

Il s'agit donc d'intégrer au mieux cette grille de lecture du « touriste 3.0 » dans un contexte de forte concurrence à l'échelle européenne et internationale, pour garder notre capacité à attirer encore et mieux, plus longtemps et surtout plus continûment, afin de capter une plus forte valeur ajoutée pour l'ensemble de la chaîne des acteurs.

Cette mise à jour passe par de la formation tant pour les professionnels salariés et employeurs, que pour les entreprises du tourisme, suivant différentes modalités, visant à intégrer les compétences du numérique mais aussi à monter en qualification. L'UNSA appuie la construction de vrais parcours professionnels, sécurisant des métiers exigeants et souvent précaires, et offrant des perspectives d'évolution. La juste ambition de faire de tous les acteurs et résidents des ambassadeurs de leurs territoires n'en sera que plus efficace si cette communauté de vie existe au-delà de l'opportunité saisonnière.

La valorisation et la promotion des territoires nationaux et en particulier des territoires ultra-marins doit se saisir d'un nouvel élan via une meilleure coordination, de nouvelles propositions de voyages via Atout France (et son site France.fr) intégrant la chaîne complète du voyage, de la suggestion à la valorisation de l'expérience et suivi post voyage. Mais l'intégration d'aides et d'outils au voyage permise par le numérique ne peut être valide que si tout le territoire est correctement couvert en haut débit et ne peut s'affranchir d'une vraie réflexion sur la qualité des propositions en terme de tourisme durable, respect des paysages et des cultures. L'ESS et certains labels peuvent offrir là des leviers pertinents.

L'approche du marketing numérique segmente, individualise, et accentue encore la polarisation sociale des voyages de ceux qui ont la maîtrise des outils et la possibilité de choisir date et budget, et de ceux pour qui le choix se restreint du fait notamment de la réduction des lieux d'accueil dit intermédiaires (lieux, nature de l'hébergement, mode de transport).

25% de la population française ne partent pas en vacances pour raisons financières, et combien ne partent que chez des amis ou au prix de fortes privations ? C'est à tous les acteurs, et pas seulement les CE d'entreprises et les UNAT de porter le projet des vacances pour tous (en adaptant leurs offres par des formules plus adaptées aux familles monoparentales, en offrant un quota de places spécifiques ...).

Les jeux olympiques de 2024 sont une opportunité pour une nouvelle vision du tourisme, plus numérique certes, mais aussi nous l'espérons plus inclusive et plus durable pour tous les publics comme pour les salariés du secteur et les résidents.

L'UNSA a voté l'avis.